Ethnische Ökonomie am Beispiel des Livemusik-Sektors populärer Balkanmusik in Wien

Diplomarbeit

Zur Erlangung des akademischen Grades der Magistra der Betriebswirtschaft
an der Wirtschaftsuniversität Wien

Eingereicht von Ivona Đermanović

Wien, Juli 2011

Ich möchte mich an dieser Stelle bei all jenen bedanken, die mich bei der Anfertigung meiner Diplomarbeit unterstützt haben und mir mit Rat und Informationen zur Seite gestanden sind.
Ein besonderer Dank gilt den Interviewpartnern, die vor allem durch ihre Offenheit und ihr Entgegenkommen, wertvolle Informationen für die vorliegende Arbeit zur Verfügung gestellt haben. Zweifelsohne wäre die Arbeit ohne ihr Zutun und die langen Gespräche, in dieser umfangreichen Form nicht entstanden.
Außerdem danke ich dem Team von mediacult für den Informationsaustausch und die freundliche Zur-Verfügung-Stellung von Teilen, aus dem zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Diplomarbeit, noch unveröffentlichten Buchmanuskript „Dynamiken von Crossover-Moden. Eine feldtheoretische Untersuchung des Balkanmusik-Booms in Österreich“, das im Rahmen eines FWF-Forschungsprojekts entsteht. Die zur Verfügung gestellten Kapitel waren eine wertvolle Bereicherung für meine Arbeit.
Darüber hinaus bedanke ich mich für die tolle Betreuung und Unterstützung seitens ao.Univ.-Prof. Mag.rer.soc.oec. Dr.rer.oec. Peter Tschmuck.
Nicht zuletzt ein großes Dankeschön an meine Familie und meinen Freund, die mich stets moralisch unterstützt haben und immer für mich da waren. Vor allem danke ich meinen Eltern, ohne die dieses Studium niemals möglich gewesen wäre!

Für meine Eltern Antonije und Mara Đermanović, die mich immer unterstützt und stets an mich geglaubt haben…

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

1. Einleitung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik, der in Wien ansässigen Einwanderer aus dem ehemaligen Jugoslawien und betrachtet diesen Wirtschaftsbereich anhand theoretischer Ausführungen zur „ethnischen Ökonomie", in Verbindung mit den Besonderheiten des Livemusik-Sektors. „Lange bevor heimische Veranstalter, Labels und Medien mazedonische SängerInnen, serbische Hochzeitsmusiker oder rumänische Akkordeonisten einem größeren Kreis von Hörerinnen und Hörern bekannt machten, war Balkanmusik ein Bestandteil des österreichischen Musiklebens."[1] Sie kam mit den Migranten, die seit den 1960ern aus dem Gebiet des damaligen Jugoslawiens nach Österreich eingewandert sind und ist seit Jahrzehnten ein wichtiger Bestandteil innerhalb der ex-jugoslawischen Community Wiens.[2]

Der Begriff „Balkanmusik" bezieht sich im Rahmen dieser Arbeit, lediglich auf die Musik des ehemaligen Jugoslawiens und seiner Nachfolgestaaten, sprich Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Mazedonien, Montenegro und Serbien, wobei Slowenien nicht mitberücksichtigt wird. Diese Eingrenzung der Staaten ehemaligen Jugoslawiens, wird unter anderem auch im Rahmen von Statistiken und Daten zur Migration aus diesem Gebiet vorgenommen. Slowenien wird dabei stets gesondert betrachtet, was unter anderem mit der Unabhängigkeitserklärung vom 25. Juni 1991 (Slowenien erklärte damals seine Unabhängigkeit gegenüber damaligem Jugoslawien) und vor allem dem Beitritt Sloweniens zur Europäischen Union im Jahr 2004, in Verbindung steht.

Im Rahmen des Titels, wird außerdem eine „Einschränkung" auf „populäre Balkanmusik" vorgenommen, weshalb an dieser Stelle auch darauf eingegangen werden soll. Generell betrachtet ist eine eindeutige und in sich schlüssige Definition des Begriffs „populäre Musik" schwierig, da dieser häufig als Sammelbezeichnung für alle neueren Musikstile, die sich nicht ganz klar einem bestimmten Genre zuordnen lassen, benutzt wird. *Ziegenrücker* und *Wicke* definieren den Begriff der populären Musik als „Ensemble sehr verschiedenartiger Genres und Gestaltungen der Musik, denen gemeinsam ist, dass sie massenhaft produziert, verbreitet und angeeignet werden (und) im Alltag wohl fast aller Menschen, wenn auch im einzelnen auf unterschiedliche Weise, eine bedeutende Rolle spielen".[3] *Pfleiderer* sieht diesen Definitionsversuch jedoch insofern als problematisch, da „es ein schiefes oder zumindest unvollständiges Bild von populärer Musik: hinsichtlich ihrer angeblich massenhaften Produktion und hinsichtlich ihrer Alltäglichkeit" zeichne.[4] Populäre Musik im Verständnis für die vorliegende Arbeit, bezieht sich auf die vor allem sehr häufig

[1] Brunner et al. (2011), S. 1
[2] Vgl. ebitda
[3] Vgl. Ziegenrücker/Wicke (1989), S. 288
[4] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 85

anzutreffenden bzw. weit verbreiteten und daher beliebten Balkan-Musikgenres im Bereich der Livemusik-Veranstaltungen innerhalb der ex-jugoslawischen Diaspora.

Seit den 1990ern hat sich in der Musikszene Wiens neben der Balkanmusik, die vor allem innerhalb der ex-jugoslawischen Community auf dem Gebiet Österreichs bereits seit Jahrzehnten gepflegt wird, auch eine besondere Form der Balkanmusik etabliert, die dem Weltmusikgenre zugeordnet werden kann und die sich vor allem auf ein Publikum außerhalb der Einwanderergemeinschaften richtet.[5]
Wichtig ist daher zwischen dieser - zur Weltmusik zugehörigen - Balkanmusik und der Balkanmusik, die vor allem innerhalb und von der ex-jugoslawischen Community Wiens rezipiert wird, zu unterscheiden. Balkanmusik im Sinne der Weltmusik, wird von Bands und DJs wie *Shantel, N.O.H.A.*, *Dela Dap*, *Karuan*, *Kava* und anderen performt. In Wien wird sie in Clubs wie dem „Ost Klub“ und auf Veranstaltungen wie „Homoriental“, „Jour-Fix“ oder „Club Bodrum“ gespielt und vermischt sich dabei mir sogenanntem „Turk Pop“ und „Yugo-Pop“.[6]
Davon zu unterscheiden ist das für die vorliegende Arbeit relevante musikkulturelle Leben in der ex-jugoslawischen Diaspora Wiens, welches im Gegensatz zu dem erstgenannten, in der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen wird.[7] Wenn also in dieser Arbeit von Balkanmusik gesprochen wird, so ist die Musik des ehemaligen Jugoslawiens inkl. der Nachfolgestaaten gemeint, die sich vorwiegend an die ex-jugoslawische Community richtet und von dieser rezipiert wird.

Betrachtet man die Musik- und Clubszene der ex-jugoslawischen Community in Wien, so scheint, dass sich die zahlreichen Clubs, Cafés, Bars und Diskotheken, vorwiegend in zweierlei Richtungen positioniert haben. Einerseits gibt es Lokale, die ihrem Publikum vor allem Balkan-Rock- und Popmusik bieten (diese werden in Bosnisch-Kroatisch-Serbisch häufig unter dem Begriff „zabavna muzika“, sprich „Unterhaltungsmusik“ zusammengefasst), andererseits - und diese Lokale scheinen ohne nähere Betrachtung in der Überzahl zu sein – konzentrieren sich die Lokale primär auf die sogenannte „neukomponierte Volksmusik“ bzw. den „Turbo-Folk“. Der Turbo-Folk ist – obwohl mittlerweile gut etabliert und weit verbreitet – ein vielfach kritisiertes Musikgenre, das nicht selten mit dem damaligen Regime von *Milošević* in Serbien, in Verbindung gebracht wird. Einzelheiten dazu und weitere Details zum Turbo-Folk werden im Rahmen des Kapitels 6.3.5 näher dargestellt.

[5] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 2
[6] Vgl. Aydoğdu (2010), S. 501
[7] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 1

Neben der Balkan-Lokalszene in Wien, zählen zum Livemusik-Sektor im Allgemeinen auch andere Unternehmen wie Konzertveranstalter, Organisatoren von Balkan-Clubbings und Partys sowie von anderen Balkanmusik-Events. Darüber hinaus umfasst der Livemusik-Bereich auch Künstleragenturen, Veranstalter von Musikfestivals sowie Radio- und Fernsehsender bzw. Musikshow-Betreiber. Im Rahmen dieser Arbeit, wird der Fokus vor allem auf die lebendige Balkan-Lokalszene in Wien sowie Konzertveranstaltungen und Clubbings gelegt.

1.1 Wahl und Relevanz des Themas

Nach aktuellsten Angaben der Statistik Austria, leben in Österreich fast 430.000 Personen aus den Nachfolgestaaten des ehemaligen Jugoslawiens. Darin berücksichtigt sind Personen mit ex- jugoslawischer Staatsangehörigkeit und/oder Geburtsort auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens.[8] Da die zweite Generation, die hier geboren und in Besitz der österreichischen Staatsbürgerschaft ist, in diesen Zahlen nicht enthalten ist, kann davon ausgegangen werden, dass die tatsächliche Anzahl der in Österreich lebenden „Ex-Jugoslawen“, weitaus höher ausfällt. Trotz dieser Größe der ex-jugoslawischen Community, wird deren musikkulturelles Leben in der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen. Selten findet man in den Medien Berichte über die kulturellen Aktivitäten in den Vereinen, Lokalen und Veranstaltungssälen dieser Bevölkerungsgruppe.[9] Auch fehlt es an wissenschaftlichen Arbeiten, die sich mit den wirtschaftlich relevanten Aspekten des Themas auseinandersetzen. Im Rahmen einer Recherche stößt man zwar auf zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten und Publikationen, die sich mit dem Thema der Musik(kulturen) von Minderheiten und Einwanderern in Österreich befassen, die meisten dieser Arbeiten beschränken sich jedoch auf die Musikgenres und/oder den Fortschritt der Musikforschung in den jeweiligen Ländern, aus welchen die Einwanderer stammen. Einige Arbeiten behandeln auch die musikalische Vielfalt und traditionelle Musik der Minderheiten in Österreich. So gibt es zahlreiche Arbeiten, die die traditionelle Musik der Kroaten, Bosnier, Serben, aber auch der Roma und Sinti behandeln.[10] Kaum findet man jedoch wissenschaftliche Arbeiten, die diesen Bereich in einem wirtschaftlichen Kontext bzw. aus einem wirtschaftlich relevanten Blickwinkel heraus betrachten.

Insbesondere die Hauptstadt Wien verfügt mittlerweile über eine äußerst lebendige Balkan-Musik- und Lokalszene, der in der Öffentlichkeit – abgesehen von mehr oder weniger wohlwollenden Berichten über die sogenannte Balkanmeile - kaum Aufmerksamkeit

[8] Vgl. o.V. (Statistik Austria 1, 2010), S. 280
[9] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 1
[10] Hier sei v. a. auf die zahlreichen Publikationen von Ursula Hemetek vom Institut für Volksmusikforschung und Ethnomusikologie an der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, hingewiesen.

geschenkt wird.[11] Gespräche mit in Wien lebenden Menschen (seien es Österreicher oder Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien) und die eigenen Erfahrungen der Autorin, die selbst aus dem ehemaligen Jugoslawien stammt, zeigen ganz deutlich, dass dieser Bereich von großem Interesse ist und dessen Erforschung viele wichtige und interessante Erkenntnisse ans Licht bringen würde. Vermutlich halten jedoch, vor allem sprachliche und zum Teil auch kulturelle Hürden, viele Forschende von einer Erforschung dieses Bereiches ab.

Auf die Relevanz des Themas kann auch anhand aktueller Projekte hingewiesen werden. Insbesondere die Forschungstätigkeit von mediacult ist in diesem Sinne von Bedeutung. mediacult ist ein internationales Forschungsinstitut für Medien, Kommunikation und kulturelle Entwicklung und befasst sich aktuell im Rahmen eines Forschungsprojektes mit dem Thema des Balkanmusik-Booms in Österreich. Das Buchmanuskript „Dynamiken von Crossover-Moden. Eine feldtheoretische Untersuchung des Balkanmusik-Booms in Österreich", an dem das Team von mediacult aktuell arbeitet, bietet unter anderem einen ersten Einblick in das Musikleben, der in Wien ansässigen Einwanderer aus dem ehemaligen Jugoslawien und setzt somit einen ersten Schritt in Richtung der Erforschung dieses Bereichs. Die Autorin der vorliegenden Arbeit, konnte sich auch im Rahmen eines umfassenden und interessanten Gesprächs mit den beteiligten Forschenden, von der Vielfältigkeit und Wichtigkeit des Themas überzeugen. Darüber hinaus ist es ihr aufgrund der Zur-Verfügung-Stellung einiger Kapitel durch das mediacult-Team möglich, bereits im Rahmen dieser Arbeit aus dem noch unveröffentlichten Buchmanuskript zu zitieren und damit ihre Arbeit durch weitere aktuelle und wichtige Informationen zum Thema zu ergänzen.[12]

An dieser Stelle ist auch das Projekt „Forschungsreise durch die Ottakringer Straße" zu nennen, das im Jahr 2010 stattgefunden hatte. Es handelte sich dabei um ein Projekt des Vereins he, otti w. in Zusammenarbeit mit den Gebietsbetreuungen Stadterneuerung im 16. und 17./18. Bezirk und SOHO in Ottakring. Das Projekt war eine zweimonatige Forschung im Rahmen eines fiktiven Reisebüros mit zahlreichen (Podiums)Diskussionen zu verschiedensten Themen im Bezug auf die Ottakringer Straße, Führungen durch die Lokalszene der sogenannten „Balkanmeile" etc., mit dem Ziel, etwas gegen Rassismus und Vorurteile zu unternehmen. 2011 werden im Rahmen eines „Reiseführers" die Forschungsergebnisse präsentiert.[13]

Wie sich im Rahmen der empirischen Untersuchung und der geführten Interviews herausstellte, ist dieses Thema auch für die ex-jugoslawische Community selbst, von großem Interesse. Neben den mehrfach positiven Reaktionen der beteiligten Unternehmer

[11] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 1
[12] Vgl. o.V. (mediacult, 2010), o.S.
[13] Vgl. o.V. (Soho, 2010), o.S.

auf die Themenwahl, wurde die Autorin eingeladen, als Gast im Rahmen der Fernsehsendung „Dijaspora uživo“ auf Okto TV etwas über ihre Arbeit zu erzählen.[14]

1.2 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit geht im Rahmen des zweiten Kapitels, zunächst auf wichtige Begriffe und Definitionen ein, um dem Leser die Nachvollziehbarkeit während des Lesens zu gewährleisten.

Das dritte Kapitel widmet sich der Migration und geht vor allem auf die Zuwanderung aus dem ex-jugoslawischen Raum ein, wobei ebenfalls die Größe der ex-jugoslawischen Community in Wien, abgebildet wird.

Im Rahmen des vierten und fünften Kapitels, widmet sich die Autorin den theoretischen Ausführungen, einerseits zum Thema ethnische Ökonomien und andererseits zur Musikwirtschaft.

Im sechsten Kapitel wird die populäre, zeitgenössische Balkanmusik etwas näher dargestellt, gefolgt von allgemeinen Darstellungen des Livemusik-Sektors populärer Balkanmusik in Wien, im Rahmen des siebten Kapitels.

Kapitel acht widmet sich der Empirie und geht im Detail auf die Ergebnisse der durchgeführten Befragung sowie die Beantwortung der Forschungsfragen ein.

Im neunten Kapitel werden schließlich die wichtigsten Schlussfolgerungen zusammengefasst und die Herausforderungen, die im Rahmen dieser Arbeit zu bewältigen waren, beschrieben. Außerdem wird ein kurzer Ausblick mit Hinweisen auf mögliche weitere Forschungsarbeiten zum Themengebiet gegeben.

[14] Die Sendung vom 06.05.2011 ist unter http://www.dijasporauzivo.com abrufbar.

2. Begriffsdefinitionen

Dieses Kapitel widmet sich den Definitionen der wichtigsten Begriffe, die im Rahmen dieser Arbeit verwendet werden.

2.1 Balkan

Der deutsche Geograph *August Zeune* war es, der zu Beginn des 19. Jahrhunderts erstmals den Begriff „Balkan“ für die Halbinsel bzw. das Gebiet südlich des Balkangebirges in Bulgarien verwendete.[15] Diese Namengebung beruhte auf der Vorstellung, das Balkangebirge würde durch die gesamte Halbinsel – von der Adria bis zum Schwarzen Meer – verlaufen, was jedoch bereits in den 1830ern durch den Geologen und Geographen *Ami Boué* widerlegt wurde. Trotz dieser Widerlegung, wird die gesamte Halbinsel bis heute, häufig als „Balkan“ bezeichnet.[16]

Todorova definiert „Balkan“ als ein Erbe des Osmanischen Reiches und tatsächlich wurde bis zum Berliner Kongress 1878, die Bezeichnung stets in Verbindung mit der Präsenz des Osmanischen Reiches auf diesem Gebiet gebracht. So wurde in dieser Zeit vorwiegend von der „europäischen Türkei“, dem „europäischen Osmanischen Reich“, „Türkei in Europa“ etc. gesprochen.[17] Der Begriff „Balkan“ selbst, bezeichnet im Türkischen einen „bewaldeten Berg“.[18]

Der Journalist *Robert D. Kaplan* bildet in seinem Werk „Balkan Ghosts“ aus dem Jahre 2005 eine Balkan-Karte ab, die neben des gesamten ehemaligen Jugoslawiens auch Albanien, Ungarn, Rumänien, Griechenland und Bulgarien umfasst.[19]

Insgesamt kann festgehalten werden, dass der Begriff im Hinblick auf seinen räumlichen bzw. geographischen Umfang, häufig in Abhängigkeit von diversen gesellschaftlichen und politischen Phänomenen und Geschehnissen definiert wurde.[20]

Die Balkanregion wird dabei häufig als Geschichtsregion verstanden, die sich durch gewisse Besonderheiten auszeichnet und von anderen Geschichtsregionen Europas unterscheidet. Als wesentliches Unterscheidungsmerkmal wird dabei die, für den Balkan spezifische Kombination des byzantinischen und osmanischen Erbes, gesehen.[21]

Im Rahmen dieser Arbeit bezieht sich die Bezeichnung „Balkan“ ausschließlich auf das ehemalige Jugoslawien und seine Nachfolgestaaten (ohne Slowenien).

---

[15] Vgl. Cvitanović (2009), S. 317; vgl. Brunnbauer (o.J.), S. 3
[16] Vgl. Brunnbauer (o.J.), S. 3
[17] Vgl. Cvitanović (2009), S. 317 zitiert nach Todorova (1997); vgl. Brunnbauer (o.J.), S. 3
[18] Vgl. Brunnbauer (o.J.), S. 3
[19] Vgl. Cvitanović (2009), S. 318 zitiert nach Kaplan (2005)
[20] Vgl. Cvitanović (2009), S. 317
[21] Vgl. Brunnbauer (o.J.), S. 4

2.2 Balkanmeile/-straße

Laut gängiger Definition ist die „Balkanmeile" jener Teil der Ottakringer Straße im 16. Wiener Bezirk, der von der Veronikagasse bis zum Johann-Nepomuk-Berger-Platz reicht.[22] Die Straße ist durch eine lebendige Lokal- und Clubszene (vorwiegend der ex-jugoslawischen Bevölkerung) geprägt, außerdem findet man hier viele kleine Läden (wie Handyshops, Wettshops usw.) und Restaurants mit Balkanspezialitäten. Während die Geschäfte in erster Linie von der türkischen Bevölkerung geführt werden, sind die zahlreichen Clubs und Cafés vor allem für das ex-jugoslawische Publikum von Bedeutung. Die Balkanmeile zählt mittlerweile 16 Abendlokale und 13 Kaffeehäuser, die an den Wochenenden ein beliebtes Ziel für hunderte Ex-Jugoslawen darstellen. In den Lokalen dominiert vor allem der Turbo-Folk.[23]

2.3 Balkanmusik

Der Begriff der Balkanmusik beschränkt sich in dieser Arbeit auf die Musik des Balkans laut der Definition unter 2.1 – sprich Musik aus den Staaten des ehemaligen Jugoslawiens bzw. seiner Nachfolgestaaten (ohne Slowenien). Das sechste Kapitel widmet sich im Detail diesem Themengebiet.

2.4 Club

Der Begriff „Club" ist nach *Karsten Reinhardt* eines der ersten Gesellschaftswörter, die aus dem Englischen übernommen wurden und bezeichnet die Vereinigung von Personen mit gleichen Interessen, die von Politik, über Sport, Wissenschaft bis hin zur Musik und Unterhaltung reichen können. Darüber hinaus bezieht sich der Begriff auch auf die Räumlichkeiten, das Gebäude oder Lokal, die für derartige Zusammenkünfte vorgesehen sind. Im gastronomischen Bereich verwendet man dabei häufig den Begriff des „Nacht-Clubs".[24] In der vorliegenden Arbeit werden diese beiden Begriffe synonym verwendet.

2.5 Clubbing

Als Clubbing wird eine spezielle Musik- oder Tanz-Veranstaltung in einer Diskothek, einem Club oder an einem anderen Ort bezeichnet.

---

[22] Vgl. Jirez (2008), o.S.; vgl. Kocina (2008), o.S.
[23] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 18 zitiert nach Reisebüro Ottakringer Straße
[24] Vgl. Weithaler (2007), S. 23; vgl. Vogt (2005), S. 306 zitiert nach Reinhardt

2.6 Community

Der Begriff „Community" kann mit „Gemeinschaft" übersetzt werden. Darunter wird im Rahmen dieser Arbeit, eine Gruppe von Menschen (ein Volk) verstanden, die etwas gemeinsam haben, wodurch sie sich verbunden fühlen.[25] Der Begriff Community, bezieht sich hier auf die Bevölkerungsgruppe der Ex-Jugoslawen.

2.7 Diaspora

Der Begriff „Diaspora" stammt vom Griechischen „dia" (durch) und „speirō" (säen bzw. streuen/verstreuen) und hat eine Reihe an Bedeutungen. Im Rahmen dieser Arbeit, wird er im Sinne der Migrationsdiskussion folgendermaßen verwendet bzw. verstanden: „Diaspora" bezeichnet eine Gruppe von Menschen, die dem gleichen Heimatland entstammt und anderswo (außerhalb der Heimat) lebt, die Beziehungen bzw. den Anschluss zur eigenen (Herkunfts)kultur bewahrt, sich aber zu einem gewissen Grad in die Kultur des Aufnahmelandes eingelebt und an diese angepasst hat. Der Begriff wurde in diesem Sinne ursprünglich ausschließlich für in Exil lebende Juden verwendet, die außerhalb ihrer Heimat und verstreut auf der ganzen Welt gelebt haben.[26]

2.8 Ehemaliges Jugoslawien (= Ex-Jugoslawien)

Der Begriff ehemaliges oder Ex-Jugoslawien schließt folgende Staaten mit ein: Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Serbien und Slowenien. In dieser Arbeit, wird Slowenien jedoch nicht als Teil von Jugoslawien betrachtet.[27]

2.9 Festival

Das Festival ist einerseits eine Veranstaltung, in welcher musikalische Projekte mit hohem künstlerischen Anspruch verwirklicht werden können, die in der Club-Szene undenkbar sind, andererseits stellt es eine wichtige Institution der kommerziellen Musikvermarktung dar.[28]

2.10 Kultur vs. Subkultur

Für die vorliegende Arbeit wird der Begriff „Kultur" im Sinne der Definition von *Assmann* verwendet. Er versteht darunter: „geographische und politische Großgebilde wie Nationen

---

[25] Vgl. o.V. (The free Dictionary, 2009), o.S.
[26] Vgl. o.V. (Dictionary of World Philosophy, 2001), o.S.
[27] Details und die geschichtliche Entwicklung der einzelnen Staaten ehemaligen Jugoslawiens und Informationen zu den kriegerischen Auseinandersetzungen am Balkan, finden sich u. a. bei Melčić (2007), 21ff.
[28] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 88

mit unterschiedlichen historischen Entwicklungen, deren Einheit sich durch bestimmte Sprachen, Mentalitäten, Kunst- und Lebensformen ausdrückt.“[29]
Der Begriff „Subkultur“ stammt aus dem Lateinischen und kann mit „Unter-Kultur“ übersetzt werden. „Als Subkultur wird eine in sich geschlossene gesellschaftliche Teilkultur verstanden, die sich in ihren Institutionen, Werten, Normen, Bedürfnissen, Verhaltensweisen und Symbolen von der gesellschaftlich dominierenden Kultur unterscheidet, aber auch in Klassenlage, Alter, Beruf oder Herkunft.“[30] Das Konzept der Subkulturen wird in der Soziologie unter anderem zur Beschreibung bzw. Erklärung der charakteristischen Eigenschaften und Verhaltensformen gesellschaftlicher Gruppen, Schichten und Rassen genauso wie zur Beschreibung zeitgenössischer Wertorientierungen und Lebensstile verwendet.[31]

2.11 Kulturindustrie

Der Begriff der Kulturindustrie wird von *Eisler* primär mit der Kunst der Musik in Verbindung gebracht. Laut *Behrens* ist ein Kulturgut, sobald es mit der Absicht zur Profiterzielung produziert wird als Ware und damit als Produkt der Kulturindustrie zu sehen, das in der Sphäre des kapitalistischen Marktes zirkuliert. Damit verbunden, wird an der kapitalistischen Gesellschaft häufig kritisiert, sie würde die Freiheit der Künste bedrohen. Selbst subkulturelle Künste, die anfangs gezielt gegen Kapitalismus und Kommerzialität gerichtet waren – seien es Punk, Hip-Hop oder Techno – wurden im Laufe der Zeit zum Teil der Kulturindustrie und somit für Profitzwecke benutzt.[32] Damit in Verbindung steht auch die Theorie, dass es sich bei den Kulturgütern hauptsächlich um Massenware - in einem negativen Sinne - der Kapitalgesellschaft handelt.[33] Dies wiederum wird seitens anderer Autoren vielfach kritisiert.[34]

2.12 Lokal bzw. Lokalität

Die Begriffe Lokal bzw. Lokalität werden hier synonym und als ein Sammelbegriff für Clubs, Bars, Diskotheken und andere Livemusik-Veranstaltungsorte verwendet. Dies soll eine Vereinfachung bieten, so dass nicht ständig zwischen den einzelnen Begrifflichkeiten unterschieden werden muss. Sofern eine Unterscheidung für einzelne Zusammenhänge von Bedeutung ist, werden die Begriffe einzeln verwendet.

[29] Assmann (2006), S. 9
[30] o.V. (Uni-Linz, 2011), o.S.
[31] Vgl. o.V. (Uni-Linz, 2011), o.S.
[32] Vgl. Behrens (1996), S. 23f
[33] Vgl. Vogt (2005), S. 240ff
[34] Vgl. Weithaler (2007), S. 11ff

2.13 Migration

Der Begriff „Migration“ stammt aus dem Lateinischen, leitet sich vom Begriff „migrare“ - wandern/wegziehen ab und steht im Deutschen somit für (Aus)wanderung. Wanderung bezeichnet im Allgemeinen Prozesse räumlicher Bewegung. In der Biologie versteht man unter Migration eine dauerhafte Abwanderung (Emigration) oder dauerhafte Einwanderung (Immigration) einzelner bzw. vieler Individuen (Migranten) aus einer Population in eine andere Population der gleichen Art. Die Einwanderungen schließen dabei Ansiedlungen der betreffenden Individuen ein.

In den Sozialwissenschaften bezieht sich Migration auf einen „grundlegenden politisch-historischen Begriff, der Prozesse räumlicher Bewegung von Menschen beschreibt.“

In der Bevölkerungswissenschaft und in der Migrationssoziologie ist Migration nach *Tönnies* die „auf Dauer angelegte räumliche Bewegungen von Menschen und Gruppen, wobei die Verlagerung des Lebensmittelpunktes oder Wohnortes als Maßstab der Zuordnung gelten kann.“ Damit werden andere Formen räumlicher Mobilität wie Reisen und Pendeln ausgeschlossen.[35]

2.14 Musikgattungen bzw. Musikgenres

Im Rahmen dieser Arbeit werden die Begriffe „Musikgenre“, „Musikgattung“ sowie „Musikrichtung“, synonym verwendet.

2.15 (Musik)szene

Nach *Schulze* ist eine Szene „ein Netzwerk von Publika, das aus drei Arten der Ähnlichkeit entsteht: partielle Identität von Personen, von Orten und von Inhalten.“ Eine solche Szene kann sich nur dann entwickeln, wenn es zu einer Vernetzung von ein gleiches Gut konsumierenden Personen kommt, wenn der Konsument also „Bestandteil einer unmittelbar erfahrbaren Öffentlichkeit“ wird. Die Voraussetzung dafür ist wiederum, dass Personen „zur gleichen Zeit am gleichen Ort zusammenkommen.“[36]

Szenen haben dabei immer ein Thema, „eine allen Szenemitgliedern gleiche Interessenslage.“ Häufig ist dies ein bestimmter Musikstil. Im Zusammenhang mit dem Musikstil besteht meist ein Bündel an „Einstellungen, Codes und Verhaltensweisen, das allen Szenemitgliedern bekannt und eigen ist.“[37]

---

[35] Vgl. o.V. (Brockhaus – Die Enzyklopädie, 2005-06), o.S.
[36] Vgl. Schulze (1997), S. 459ff
[37] Almer (2002), S. 25

2.16 Publikum

Schulze versteht unter „Publikum“ eine Personenmenge, die ein bestimmtes Gut – von der Fernsehsendung, über das Musikkonzert bis hin zur aktuellen H&M Kollektion - konsumiert.[38]

[38] Vgl. Schulze (1997), S. 460ff

3. Migration und das Einwanderungsland Österreich

Das folgende Kapitel widmet sich dem Thema der Migration. Zunächst folgt eine kurze allgemeine Einführung zum Thema Migration und Segregation, bevor auf die wichtigsten Daten und Fakten sowie Zuwanderungswellen nach Österreich eingegangen wird. Das Unterkapitel 3.3 widmet sich dann im Besonderen der Bevölkerungsgruppe aus dem ehemaligen Jugoslawien und gibt einen Überblick über die aktuelle Größe dieser Community in Wien.

Hinsichtlich der Forschung im Rahmen der Migrationspolitik in Europa muss festgehalten werden, dass dieser Bereich vergleichsweise noch sehr wenig erforscht ist. Bis Ende der 1980er Jahre, wurde Migrationspolitik in den meisten europäischen Ländern hinter dicht verschlossenen Türen betrieben. Untersuchungen beschränkten sich dabei auf Auftragsforschung zum Zwecke der Datenbeschaffung. Dennoch hat sich die Migrationsforschung in Europa in den vergangenen 20 Jahren stark entwickelt und umfasst inzwischen zahlreiche akademische Disziplinen.[39]

Wichtig im Zusammenhang mit der Betrachtung und Darstellung von Zuwanderergruppen ist die Feststellung, dass je nach Staatsangehörigkeit und Geburtsland bzw. dem Geburtsland der Eltern, verschiedene Möglichkeiten bestehen, Bevölkerungsgruppen mit „Migrationshintergrund“ oder „ausländischer Herkunft“ zu bestimmen. Dabei ist zwischen folgenden Gruppen zu unterscheiden:

- Ausländische Staatsangehörige – häufig als Ausländer bezeichnet - sind Personen, die keine österreichische Staatbürgerschaft haben.
- Personen, die im Ausland geboren wurden – die Herkunft nach Geburtsland ist im Gegensatz zu der Staatsangehörigkeit, die zum Beispiel durch Einbürgerung gewechselt werden kann, ein unveränderliches Merkmal.
- Bevölkerung ausländischer Herkunft – darunter versteht man im Rahmen dieser Arbeit (wie in vielen anderen Arbeiten), die Gesamtzahl der Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit und der im Ausland geborenen österreichischen Staatsangehörigen.
- Bevölkerung mit Migrationshintergrund – darunter fallen nach internationalen Definitionen alle Personen, deren Eltern im Ausland geboren wurden und zwar unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit. Hierbei ist zwischen Personen der ersten Generation (selbst im Ausland geboren und nach Österreich zugezogen) und jenen der zweiten Generation (in Österreich geborene Nachkommen von Eltern mit ausländischem Geburtsort) zu unterscheiden.[40]

[39] Vgl. Neuschäffer (2009), S. 11
[40] Vgl. o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 20

3.1. Zuwanderung und Segregation – ein allgemeiner Einblick

Die Geschichte aller europäischen Metropolen zeigt, dass Großstädte auf Zuwanderung angewiesen sind, denn ohne Migration bzw. Migranten würde eine Stadt niemals groß werden bzw. bleiben. Die ethnisch-kulturelle Mischung der Bevölkerung in den Metropolen, ist eine historisch gewachsene Normalität, obwohl die späteren Nachfahren der Migranten diese Tatsache nicht immer akzeptieren wollen. Tatsache ist aber auch, dass Zuwanderung und die Aufnahme ethnischer Minderheiten in eine neue Gesellschaft, kaum jemals vollkommen konfliktfrei ablaufen. Die Hauptproblematik der Auseinandersetzungen, besteht dabei unter anderem in der Konzentration von Zuwanderergruppen in ethnischen sowie religiösen Vierteln innerhalb der Städte. Häufig stößt man in diesem Zusammenhang auf den Begriff der „Segregation". Dieser Begriff, der sich aus dem Lateinischen ableitet („segregare" = absondern, trennen, entfernen), bezeichnet einen Prozess bzw. Zustand ungleicher Verteilung verschiedener Bevölkerungsgruppen in einer Stadt.[41] Nach *Leser* beruht Segregation „[…] auf gemeinsamen Merkmalen der segregierten Gruppen (z.B. Rasse, Sprache, Religion, soziale Schicht), durch die sie sich von der übrigen Bevölkerung unterscheiden. Sie kann der betreffenden Gruppe aufgezwungen worden sein (durch Diskriminierung, Abdrängung in ein Ghetto), kann aber auch gewünscht sein (z.B. Abkapselung ethnischer Minderheiten)."[42]

Segregation, die ein generelles, kulturübergreifendes Phänomen darstellt, ist in allen Städten anzutreffen. So gibt es in jeder Stadt Wohnviertel für Ausländer und die einheimische Bevölkerung oder für Reiche und Arme. Die Separierung ist aber von Stadt zu Stadt unterschiedlich stark ausgeprägt. Segregation ist in erster Linie ein theoretisches Konstrukt zur Beschreibung der städtischen Realität. Inzwischen gibt es eine Reihe an Forschungsmethoden und –instrumenten, die es ermöglichen, Segregation empirisch zu messen.[43] Da im Rahmen dieser Arbeit die Segregation nicht von Hauptinteresse ist, reicht an dieser Stelle lediglich der Hinweis auf dieses Phänomen. Der interessierte Leser sei für Details und weitere Ausführungen zum Thema, auf die weiterführende Literatur verwiesen.[44]

---

[41] Vgl. Fassmann (2002), S. 13
[42] Leser (1997), S. 769
[43] Vgl. Fassmann (2002), S. 13f
[44] Vgl. dazu u. a. Fassmann (2002), S. 13ff, Farwick (2009), Haberfellner/Böse (1999) und Häußermann (2007).

3.2 Kurzer Einblick in die lange Migrationsgeschichte Österreichs

Ein Blick auf die geographische Lage und die Geschichte Österreichs macht schnell deutlich, dass dieses Land auf eine lange Tradition der Zuwanderung zurückblickt und zu den Migrationsländern schlechthin zählt.
Im Rahmen dieses Kapitels soll daher zunächst ein kurzer Überblick über diese lange Migrationsgeschichte, mit besonderem Fokus auf die Hauptstadt Wien, gegeben werden sowie auf die wichtigsten, aktuellen Daten zu Migranten hierzulande, eingegangen werden.

Bereits im 18. Jahrhundert war Wien ein attraktives Zuwanderungsziel, so dass bis ins frühe 19. Jahrhundert hinein, ein Großteil der in Wien tätigen Handwerker aus dem süddeutschen Raum, aus der Schweiz und Norditalien, stammte. Seit Beginn des 19. Jahrhunderts, nahm jedoch der Anteil der deutschen Zuwanderer nach Wien sukzessive ab, während die neuen Migranten vor allem aus Böhmen und Mähren, aus Galizien und der Bukowina stammten. Umgelegt auf den heutigen Gebietsstand, belief sich die Bevölkerung Wiens inkl. seiner Vorstädte und Vororte Ende des 18. Jahrhunderts, auf etwa 235.000 Menschen. 1850 war die Anzahl auf 550.000 Menschen angestiegen, 1870 sogar auf über 900.000, während sie 1890 bereits 1,4 Millionen betrug. Den historischen Höchststand erreichte Wien im Jahre 1916, als die Stadt 2.239.000 Einwohner zählte. Bis 1880 war die Zuwanderung mit rund zwei Dritteln für das starke Bevölkerungswachstum verantwortlich, wohingegen ein Drittel auf den Geburtenüberschuss entfiel. In den nachfolgenden zwei Jahrzehnten, glich sich das Verhältnis zwischen Geburtenüberschuss und Zuwanderung jedoch immer mehr an.[45] Seit dem 19. Jahrhundert, gab es immer wieder neue Zuwanderungswellen nach Wien, aber auch Perioden, in welchen der Anteil ausländischer Bevölkerung besonders niedrig war. Im Jahr 1961 war der Ausländeranteil an der Wohnbevölkerung Wiens mit 1,45% beispielsweise äußerst niedrig. In der zweiten Hälfte der 1960er, Anfang der 70er und insbesondere ab Mitte der 80er Jahre stieg die Zuwanderung jedoch stark an. Zwischen 1987 und 1993 war der Zunahme der ausländischen Bevölkerung in Wien besonders hoch – sie stieg von 7,3% im Jahr 1982 und 1983 auf 17,9% im Jahr 1993. Die stärkste Zuwanderung aus dem Ausland verzeichnete man 1991 (+ 35.679), danach nahm die Immigration jedoch wieder ab.[46]

Nach dem zweiten Weltkrieg, 1945, entwickelte sich ganz Österreich zu einem der wichtigsten Transitländer für Flüchtlinge, die damals vorwiegend aus Osteuropa stammten. So gelangten zwischen 1945 und 1990, rund 650.000 Menschen über Österreich in den Westen. Nach dem Ende des zweiten Weltkrieges lebten ca. 1,4 Millionen Migranten in

[45] Vgl. Bauer (2008), S. 3
[46] Vgl. Kohlbacher/Reeger (2002), S. 181

Österreich, wobei mehr als 500.000 davon, Vertriebene und Kriegsflüchtlinge, befreite KZ-Häftlinge und Zwangsarbeiter, jüdische Flüchtlinge, ehemalige Kriegsgefangene sowie Angehörige von Verbündeten der deutschen Armee waren. Zusätzlich waren es mehr als 300.000 deutschsprachige Vertriebene aus Mittel- und Osteuropa, die in Österreich zumindest vorübergehend eine neue Heimat fanden. Wie viele dieser Menschen tatsächlich langfristig in Österreich geblieben sind, ist nicht verlässlich dokumentiert.[47]
Politische Krisen im kommunistischen Osteuropa sowie die geographische Lage Österreichs, führten dazu, dass das Land in den folgenden Jahrzehnten, drei Mal zum bedeutenden Zielland für politische Flüchtlinge aus diesen Ländern wurde.
So waren es Mitte der 1950er Jahre, mehr als 180.000 ungarische Flüchtlinge, im Sommer 1968 rund 162.000 Tschechen und Slowaken, 1981 und 1982 mehr als 120.000 Polen bzw. 1968 und 1986 etwa 300.000 Juden aus der Sowjetunion und Osteuropa, die Österreich passierten. Viele davon nutzten Österreich lediglich als Korridor und wanderten in weiterer Folge in die USA, Kanada, Australien oder auch Israel aus bzw. kehrten in ihre Heimat zurück. Immerhin ließen sich damals aber etwa 20.000 Ungarn und 12.000 Tschechoslowaken dauerhaft in Österreich nieder.[48]

Die 1950er Jahre waren in Österreich durch einen Arbeitskräftemangel gekennzeichnet, der sich zusätzlich durch Abwanderung österreichischer Arbeitskräfte, vorwiegend nach Deutschland und in die Schweiz, verstärkte. Um dieses Problem zu lösen, wurden 1961 zunächst Arbeiter aus Italien für die Bauwirtschaft angeworben. 1962 wurde ein Anwerbeabkommen mit Spanien, 1963 mit der Türkei und 1966 mit Jugoslawien (inkl. eines Sozialabkommens) geschlossen. Obwohl das Prinzip dieses Gastarbeiter-Systems im Wesentlichen in der Rotation temporärer Arbeitskräfte bestand - die Gastarbeiter sollten möglichst bald wieder in ihre Heimatländer zurückkehren –, ließen sich viele der Zuwanderer bereits in den 1970er Jahren dauerhaft in Österreich nieder. Zwischen 1961 und 1974, wanderten in Folge der Gastarbeiterpolitik rund 265.000 Menschen nach Österreich ein, viele davon blieben langfristig.[49]

Mitte der 1970er Jahre kam es jedoch zum ersten Wendepunkt in der Einwanderungspolitik Österreichs, ausgelöst durch einen verstärkten Wettbewerb am Arbeitsmarkt, der vor allem durch die internationale Erdölkrise und die Rückkehr vieler im Ausland tätiger Österreicher, bedingt war. Das Ziel der Politik war es, durch einen Anwerbestopp die Zahl der Gastarbeiter zu senken und die bereits in Österreich niedergelassenen Ausländer, zur Rückkehr in die Heimat zu bewegen. Das Ausländerbeschäftigungsgesetz aus dem Jahre 1975, räumte den

[47] Vgl. Bauer (2008), S. 4
[48] Vgl. Bauer (2008), S. 5
[49] Vgl. Bauer (2008), S. 5f

österreichischen Staatsbürgern einen Vorrang am Arbeitsmarkt ein, während ausländische Arbeitnehmer erst nach einer achtjährigen Beschäftigung, das Recht auf einen „Befreiungsschein“ und damit einen uneingeschränkten Zugang zum Arbeitsmarkt bekamen. Der Anwerbestopp bewirkte zwar, dass die Zahl der ausländischen Arbeitnehmer zwischen 1974 und 1984 um ca. 40% zurückging, hatte aber den Nebeneffekt, dass mangels einer Rückkehrmöglichkeit, viele der Gastarbeiter ihre Aufenthaltsdauer in Österreich verlängerten und sogar ihre Familien nachholten.[50]

Zur weiteren Wende in der österreichischen Asyl- und Flüchtlingspolitik, kam es durch den Umsturz in Rumänien zum Jahreswechsel 1989/90 und die darauf folgende Flüchtlingswelle. Damit einher ging eine stufenweise durchgeführte Verschärfung der Asylpolitik Österreichs, die 1990 in einer umfassenden Verschärfung des Ausländerrechts mündete.
Der Zusammenbruch Jugoslawiens und die kriegerischen Auseinandersetzungen in Kroatien, Bosnien-Herzegowina und dem Kosovo in den 1990er Jahren, führten zu einer der größten Fluchtbewegungen und zu erneuter Einwanderung einer großen Anzahl von Menschen aus dem ex-jugoslawischen Raum nach Österreich.[51]
Im Jahr 1992 flüchteten rund 50.000 Kriegsvertriebene aus Bosnien-Herzegowina nach Österreich. Bis zum Jahr 1995, erhielten hierzulande an die 90.000 Menschen aus diesem Gebiet, ein vorübergehendes Aufenthaltsrecht als sogenannte „De facto-Flüchtlinge“. Unter diesem Begriff, versteht man in Österreich den „zeitweiligen, humanitären Aufenthalt von Bürgerkriegsflüchtlingen, die nach einer gewissen Zeit wieder die Option zur Heimkehr in ihr Heimatland haben. Bis dahin gewährt Österreich ihnen Schutz, verpflegt sie und bietet Quartier.“[52]
Das Ende der 1990er Jahre war gekennzeichnet durch den Kosovo-Krieg, der zu einem erneuten Anstieg der Asylanträge in Österreich führte, so dass 1998 und 1999 über 13.000 jugoslawische Staatsbürger (zum Großteil Kosovaren), um Asyl ansuchten. Knapp 3.000 von ihnen wurde letztendlich der Flüchtlingsstatus zuerkannt.
Seit 1999 ist ein deutlicher Anstieg der nichteuropäischen Asylwerber in Österreich feststellbar. Bereits im Jahr 2000, standen Flüchtlinge aus Afghanistan mit 2.280 Ansuchen an erster Stelle, gefolgt von Iranern, Indern sowie Irakern und verdrängten somit die europäischen Asylwerber an hintere Plätze.[53]

Nach letzten Angaben der Statistik Austria, leben in Österreich aktuell rund 1,292 Mio. Menschen, die im Ausland geboren wurden, während rund 895.000 im Besitz eines ausländischen Passes sind (Stichtag 1.1.2010). Gemäß der, auf den An- und Abmeldungen

[50] Vgl. Bauer (2008), S. 6
[51] Vgl. Bauer (2008), S. 6f
[52] Bauer (2008), S. 7
[53] Vgl. Bauer (2008), S. 7

von Hauptwohnsitzen beruhenden Statistik des Bevölkerungsstandes, lebten am 1.1.2010 hierzulande somit rund 1,423 Mio. Personen ausländischer Herkunft. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung, entsprach dies einem Anteil von 17%.[54]
Zum Stichtag 1.1.2010, entfielen von insgesamt 1.698.822 in der Hauptstadt lebenden Menschen, 32,8% auf Bevölkerung ausländischer Herkunft (ausländische Staatsangehörige und im Ausland geborene österreichische Staatsangehörige).[55] Dabei ist die Bevölkerungsgruppe der Ex-Jugoslawen (ohne Slowenien) mit 30,9%, die mit Abstand am stärksten vertretene, unter der Bevölkerung ausländischer Herkunft in Wien.[56]
Wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht, gibt es in den Wiener Bezirken 15., 20., 5., 2. und 16., die höchsten Anteile von Menschen ausländischer Herkunft (nach höchstem Anteil gereiht). Insgesamt muss jedoch festgehalten werden, dass alle Wiener Bezirke hohe Anteile an Wohnbevölkerung ausländischer Herkunft aufweisen (niedrigster Anteil liegt dabei mit 20,17% im 23. Wiener Bezirk „Liesing“ vor).

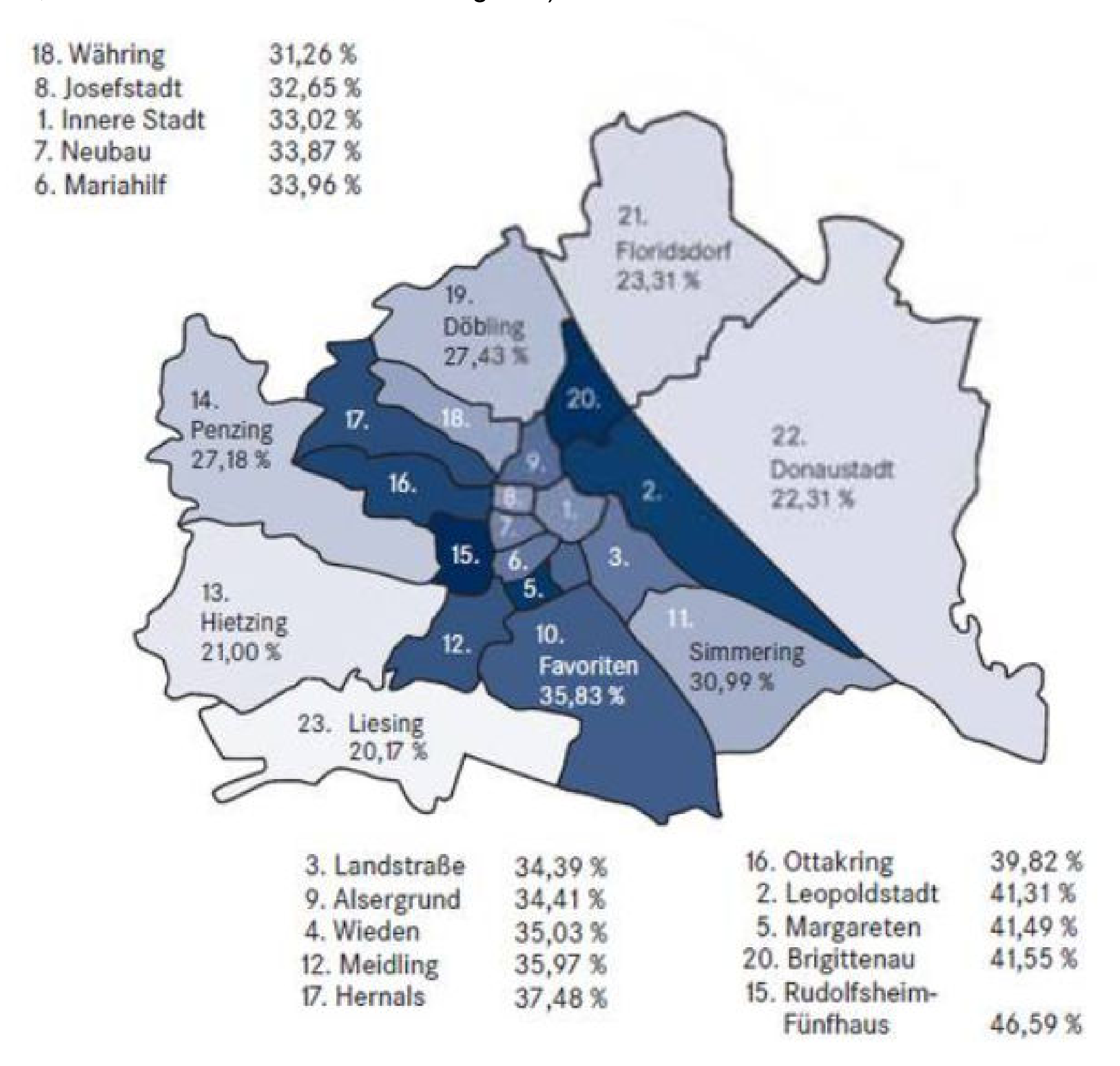


Abbildung 1: Bevölkerung ausländischer Herkunft nach Wiener Bezirken (Stand 1.1.2009)
Quelle: o.V. (Österreichischer Integrationsfond 1, 2010), o.S.

---

54 Vgl. o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 20
55 Vgl. o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 107
56 Vgl. o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 106

3.3 Die ex-jugoslawische Community in Wien

Das Ziel dieses Kapitels ist es, die Größe der ex-jugoslawischen Community in Wien abzuschätzen. Diesen Versuch haben bereits andere Autoren im Rahmen ihrer Untersuchungen unternommen, leider weichen die Zahlen jedoch zum Teil stark voneinander ab bzw. sind bereits veraltet.
Tatsächlich ist es nicht möglich, die exakte Größe einzelner Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund festzustellen, da hiermit verschiedene Schwierigkeiten aufgrund fehlender Daten verbunden sind. In diesem Kapitel wird der Versuch unternommen, unter Berücksichtigung der relevanten Aspekte des Migrationshintergrundes, die Größe der ex-jugoslawischen Community in Wien abzubilden. Damit sollen neben den Staatsbürgern der Nachfolgestaaten Ex-Jugoslawiens, auch in Ex-Jugoslawien geborene Menschen mit österreichischer Staatsbürgerschaft sowie Personen der ersten und zweiten Generation, die in Wien leben, berücksichtigt werden.

Da bis vor einigen Jahren in Statistiken und im Rahmen der Volkszählungen, lediglich eine Unterscheidung nach der Staatsbürgerschaft erfolgte, war es umso schwieriger sich dieses Problems anzunehmen. Seit der Volkszählung 2001, stehen erstmals auch Daten zu der ersten, zweiten und dritten Generation von Migranten zur Verfügung, die eine solche Darstellung etwas einfacher machen. Außerdem wurden erstmals auch Merkmale wie die Umgangssprache usw., in die Untersuchung miteinbezogen, die ebenfalls wichtiges Datenmaterial für die Abschätzung der betrachteten Community bzw. Bevölkerungsgruppe darstellen. Dennoch muss angemerkt werden, dass aufgrund von Überschneidungen und anderen Schwierigkeiten, die mit dem vorhandenen Datenmaterial verbunden sind, lediglich eine Annäherung an die richtige bzw. tatsächliche Größe der Community, möglich ist.
Eine aktuelle Quelle spricht von geschätzten 250.000 Ex-Jugoslawen in Wien.[57] Wie sich im Rahmen dieses Kapitels herausstellen wird, kommt man in Anlehnung an das vorhandene Datenmaterial, nicht ganz an diese Größe heran.

An dieser Stelle, erfolgt die Schätzung der Größe der ex-jugoslawischen Community anhand von der Statistik Austria zur Verfügung gestellten Daten und Informationen.
Die in der nachfolgenden Tabelle angeführten Zahlen, beinhalten sowohl Personen mit ex-jugoslawischer Staatsangehörigkeit als auch Personen, die im ehemaligen Jugoslawien geboren sind, nach Österreich zugewandert und inzwischen bereits eingebürgert wurden (im Rahmen dieser Arbeit wird in diesem Zusammenhang von Menschen ausländischer – sprich ex-jugoslawischer – Herkunft gesprochen).

[57] Vgl. Wölfl (2009), o.S.

Staatsangehörigkeit/Geburtsland	***Österreich gesamt***	***Wien***
ehem. Jugoslawien (ohne Slowenien)	**429.883**	**172.656**
BIH Bosnien und Herzegowina	130.479	31.866
HRV Kroatien	69.607	19.956
MKD Mazedonien	22.304	10.607
SCG Serbien, Montenegro, Kosovo	207.493	110.227

Tabelle 1: Bevölkerung ex-jugoslawischer Herkunft nach Staatsangehörigkeit bzw. Geburtsland zum 1.1.2010 (Österreich – Wien)
Quelle: o.V. (Statistik Austria 1, 2010), S. 280

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass in ganz Österreich zum Stichtag 1.1.2010, in Summe 429.883 Personen mit ex-jugoslawischer Staatsangehörigkeit und/oder Geburtsort auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens, lebten, wovon 172.656 Personen auf die Hauptstadt Wien entfielen.
In Österreich geborene Nachkommen von Eltern ex-jugoslawischer Herkunft, die bereits die österreichische Staatsbürgerschaft haben, sind in diesen Zahlen jedoch nicht enthalten. Der Grund liegt darin, dass die Datenquelle zum Bevölkerungsstand der Statistik Austria, das Zentrale Melderegister ist, in dem keine Informationen über die Staatsangehörigkeit bzw. das Geburtsland der Eltern verfügbar sind. Zusätzlich relevante Daten, wie die Anzahl der Kinder ex-jugoslawischer Eltern mit österreichischer Staatsangehörigkeit, können nur aus Stichprobenerhebungen hochgerechnet werden. Laut Zusatzinformation von Herrn *Wisbauer* von der Statistik Austria, dürfte es sich im Jahr 2010, um ungefähr weitere 30.000 Personen handeln, die noch hinzuzuzählen sind. Unter Berücksichtigung aller Aspekte des Migrationshintergrundes, kann man somit schätzungsweise von 205.000 Personen der ex-jugoslawischen Community in Wien ausgehen.[58]

Eine detaillierte Hochrechnung zu Zuwandererminderheiten in Wien, nach verschiedenen relevanten Aspekten des Migrationshintergrundes, kann unter anderem dem Buch „Migrantenorganisationen in der Großstadt“ von *Waldrauch* und *Sohler* entnommen werden.

[58] Diese Informationen wurden seitens Herrn Wisbauer Alexander von der Direktion Bevölkerung der Statistik Austria, per Mail zur Verfügung gestellt. Herr Wisbauer ist unter anderem für den Inhalt der Studie „Bevölkerungsstand 1.1.2010“, herausgegeben von Statistik Austria, zuständig. Für die gesamte Zahl von 205.000 Personen wurde als weitere Quelle „Statistik Austria: Sonderauswertung aus der Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 2010“ herangezogen, die jedoch nicht als Publikation zur Verfügung steht.

Darin gehen die Autoren auch auf die Problematik bei der Bestimmung der Größe einzelner Migratengruppen ein. Allerdings wurde das Buch 2004 veröffentlicht und bezieht sich somit auf die Volkszählung aus dem Jahr 2001, welche für Zwecke der hier vorliegenden Arbeit jedenfalls veraltet ist.[59]
Für diese Arbeit erscheint die oben dargestellte Ableitung aus den Daten der Statistik Austria als ausreichend, um die ungefähre Größe der ex-jugoslawischen Community in Wien, bestimmen zu können. Es ist dennoch davon auszugehen, dass diese Zahl nicht ganz der Realität entspricht, weil es sich bei der Anzahl der Kinder ex-jugoslawischer Eltern mit österreichischer Staatsangehörigkeit, wie gesagt lediglich um eine Schätzung aus Stichprobenerhebungen handelt. Außerdem wurden hier Aspekte wie die Umgangssprache, die ebenfalls einen Hinweis auf einen Migrationhintergrund liefern kann, nicht berücksichtigt. Für die Zwecke dieser Arbeit, reicht jedoch die oben dargestellte Schätzung vollkommen aus, um dem Leser eine ungefähre Vorstellung von der Größe dieser Bevölkerungsgruppe in Wien zu geben. Es soll dennoch darauf hingewiesen werden, dass die tatsächliche Anzahl der Ex-Jugoslawen in Wien, erwartungsgemäß etwas höher sein wird.

Die folgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Konzentration bzw. die Anteile der ex-jugoslawischen Community in Österreich (je Gemeinde). Bei der Bevölkerung ex-jugoslawischer Herkunft, handelt es sich – wie schon mehrmals festgehalten - um die Gesamtzahl der Personen mit ex-jugoslawischer Staatsangehörigkeit (inkl. der Nachfolgestaaten ohne Slowenien), plus der im Ausland (auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens) geborenen österreichischen Staatsangehörigen (also den eingebürgerten Ex-Jugoslawen).

[59] Vgl. Waldrauch/Sohler (2004), S. 131-175

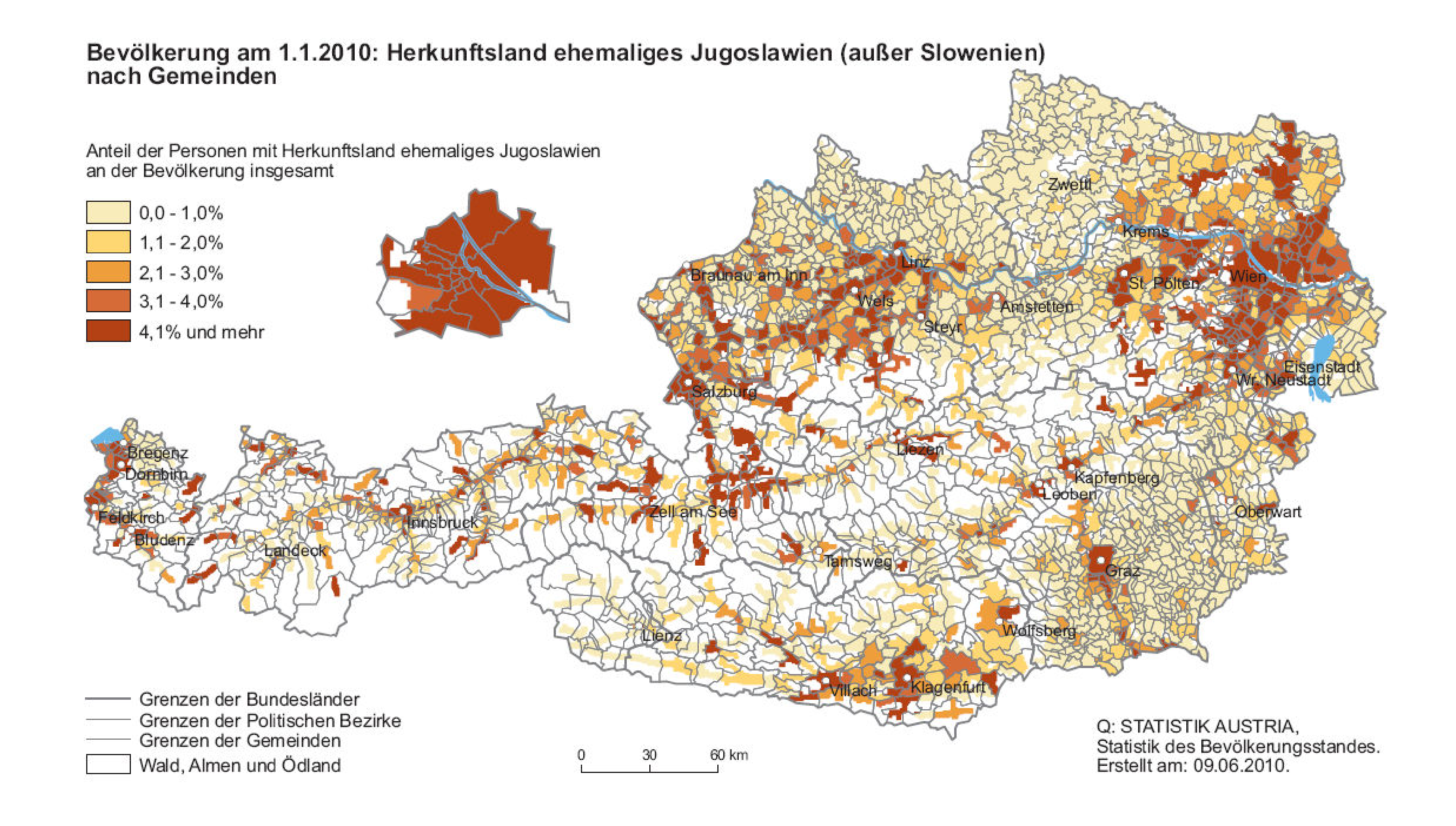


Abbildung 2: Bevölkerung am 1.1.2010 – Herkunftsland ehemaliges Jugoslawien (außer Slowenien) nach Gemeinden
Quelle: o.V. (Österreichischer Integrationsfond 2, 2010), o.S.

Aus der Karte ist ersichtlich, dass insbesondere in folgenden Wiener Bezirken, eine besonders starke Konzentration an ex-jugoslawischer Bevölkerung (Menschen mit ex-jugoslawischer Herkunft) vorliegt (>10% Anteil an Gesamtbevölkerung):[60]

Wiener Bezirk & Bezeichnung	***Anteil***
15. - Rudolfsheim-Fünfhaus	19,07%
16. - Ottakring	16,56%
17. – Hernals	14,76%
20. – Brigittenau	14,38%
10. – Favoriten	13,58%
5. – Margareten	13,25%
12. – Meidling	12,95%
2. – Leopoldstadt	12,10%
11. – Simmering	10,29%

Tabelle 2: Ex-jugoslawische Bevölkerung nach Wiener Bezirken – höchste Anteile
Quelle: Eigene Abbildung, vgl. o.V. (Österreichischer Integrationsfond 2, 2010), o.S.

Auch die restlichen Wiener Bezirke weisen allesamt (außer Wien 13. – Hietzing mit 3,85%) einen Anteil an ex-jugoslawischer Bevölkerung von mehr als 4% auf:

Wiener Bezirk & Bezeichnung	***Anteil***
14. – Penzing	9,40%
3. – Landstraße	9,38%
7. – Neubau	8,71%
18. – Währing	8,40%
9. – Alsergrund	8,33%
6. – Mariahilf	7,69%
4. – Wieden	7,17%
21. – Floridsdorf	6,62%
23. – Liesing	5,75%
22. – Donaustadt	5,03%
1. – Innere Stadt	4,85%
19. – Döbling	4,47%

Tabelle 3: Ex-jugoslawische Bevölkerung nach Bezirken – Anteile >4%
Quelle: Eigene Abbildung, vgl. o.V. (Österreichischer Integrationsfond 2, 2010), o.S.

[60] Vgl. o.V. (Österreichischer Integrationsfond 2, 2010), o.S.

4. Theorie der ethnischen Ökonomien

Unter ethnischer Ökonomie versteht man die „selbstständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund sowie abhängige Beschäftigung in von Personen mit Migrationshintergrund geführten Betrieben, die in einem spezifischen Migrantenmilieu verwurzelt ist.“[61] Der Verwendung des Begriffes „ethnische Ökonomie“ bzw. „ethnic business“ wurde in den letzten Jahren zunehmend hinterfragt, weil in vielen europäischen Ländern eher der Begriff „immigrant business“ anzutreffen ist, der die bestehenden Verhältnisse besser zu beschreiben scheint. Aus diesem Grund soll an dieser Stelle der Hinweis darauf gegeben werden, dass man neben „ethnic business“ auch auf die Begriffe „ethnic enclave economy“ und „immigrant business“ trifft. Die Unterscheidung ist insbesondere im Sinne der Migrationsforschung wichtig, da hier immer wieder die Verwendung von Begrifflichkeiten diskutiert wird. Zu den Unterschieden soll hier lediglich auf die Ausführungen in der Studie „Ethnic business – Integration vs. Segregation“ hingewiesen werden. So wie in manch anderen Studien und Arbeiten werden im Rahmen dieser Diplomarbeit diese Begriffe synonym verwendet und bedürfen an dieser Stelle daher keiner weiteren Unterscheidung.[62]

„Ausländische“ Gewerbebetriebe haben vor allem in den letzten Jahren in Deutschland, aber auch in Österreich, eine bedeutende Rolle in der Nahversorgung der Bevölkerung übernommen und durch ihre Tätigkeit nicht nur das bestehende Warenangebot erweitert, sondern auch den jeweiligen Stadtteil stabilisiert und aufgewertet. Nichtsdestotrotz wird die Unternehmenstätigkeit von ethnischen Minderheiten teilweise negativ bewertet, da die Konzentration des ethnischen Gewerbes und bestimmter Bevölkerungsgruppen in einem Stadtteil in Verbindung mit der Bildung von Parallelgesellschaften gebracht werden.[63]

Der türkische Bäcker ums Eck, der Promi-Treff mit Blick auf den Stephansdom, das Technologieimperium oder das Lebensmitteluniversum am Naschmarkt: dies sind nur einige Beispiele für Unternehmen in Österreich, die einen migrantischen Hintergrund aufweisen. Mittlerweile hat jeder dritte Betrieb in Wien einen Migrationshintergrund. Laut Wirtschaftskammer entspricht dies 16.000 Einzelunternehmern allein in Wien, während man Österreichweit 57.100 Migranten zählt, die eine selbstständige Tätigkeit einer Anstellung vorgezogen haben und damit zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor für Österreich geworden sind.[64]

[61] Schuleri-Hartje/Floeting (2004), o.S.
[62] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S 12f
[63] Vgl. Schuleri-Hartje/Floeting (2004), o.S.
[64] Vgl. Leitner (2010), o.S.

Dieses Kapitel widmet sich den theoretischen Ausführungen zur unternehmerischen Selbständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund bzw. Angehörigen ethnischer Minderheiten und damit der ethnischen Ökonomie. Bevor einzelne Modelle, die die Entstehung von ethnischen Ökonomien zu erklären versuchen, näher vorgestellt werden, wird zunächst auf das weltweite Forschungsinteresse zum Thema und auf den Forschungsstand in Österreich eingegangen.

4.1 Ethnische Ökonomie als Gegenstand der weltweiten Forschung

In Ländern wie den USA, Kanada und Australien waren die Anteile von Selbständigen mit Migrationshintergrund - sprich von Immigranten und ihren Nachfahren - seit dem letzten Jahrhundert stets höher als jene der bereits länger Ansässigen.[65] Aber auch in Deutschland haben Zahl und Anteil ausländischer Selbständiger, seit Beginn der 1980er Jahre deutlich stärker zugenommen als bei der deutschen Bevölkerung, wobei sich allein in den 1990er Jahren ihre Zahl verdoppelte.[66]
Verschiedene Bevölkerungsgruppen die die USA während des 20. Jahrhunderts „passierten" und sich dort ansiedelten, begründeten in größerem oder kleinerem Umfang ethnische Enklaven mit eigenen ökonomischen Strukturen. Einige davon erhielten sich über Jahrzehnte, während andere diesen Charakter bald verloren hatten.[67]
Max Weber und andere Wissenschaftler vertraten im 20. Jahrhundert die Ansicht, dass der moderne Kapitalismus seine Ursprünge in einer einfachen, ethnisch strukturierten Wirtschaft hätte, wobei Loyalität und eine Betonung der sozialen Beziehungen innerhalb der ethnischen Gruppen im Vordergrund stehen würden. Man vertrat dabei die Meinung, dass diese Wirtschaft langfristig keinen Bestand hätte und die großen Unternehmensformen die Oberhand gewinnen, während die kleinen Betriebe zu einer Randerscheinung werden würden.[68] Die Entwicklungen des 20. Jahrhunderts entsprachen zu einem großen Teil tatsächlich diesen Erwartungen und so teilten nicht nur Sozialwissenschaftler die Ansicht, dass traditionelle und klein strukturierte Unternehmen den kapitalistischen Konzentrationsprozessen nicht standhalten würden.[69] In den 1970er Jahren zeichnete sich jedoch eine Trendumkehr ab und der Anteil an Kleinbetrieben nahm merklich zu. Anfang der 1980er Jahre galt das wiedererwachte Forschungsinteresse an der Unternehmensfrage in vielen Ländern insbesondere der unternehmerischen Selbständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund sowie ethnischen Minderheiten. Dabei wurde die Bedeutung der

[65] Vlg. Light/Karageorgis (1994), S. 656
[66] Vgl. Schuleri-Hartje/Floeting (2004), o.S.
[67] Vgl. Schmidt (2000), S. 336
[68] Vgl. Light/Karageorgis (1994), S. 647
[69] Vgl. Light (1987), S. 199

ethnischen Ökonomien als eine wichtige Institution der ethnischen Infrastruktur jeder Community seit den 1970er Jahren vor allem in den USA und Großbritannien entdeckt. [70]
Mit dem Erscheinen von „Ethnic Communities in Business" im Jahr 1984 verfasst von *Ward* und *Jenkins*, wurde schließlich die Grundlage für eine gezielte Beschäftigung mit dem Thema „ethnische Ökonomie" in Großbritannien und Kontinentaleuropa geschaffen.[71]

Die Unternehmertätigkeit von Migranten bzw. Angehörigen ethnischer Gruppen erfuhr in Kontinentaleuropa eine verstärkte Bedeutung vor allem durch einige Ereignisse der letzten Jahrzehnte:

- In den Ländern West- und Nordeuropas kam es zum Aufblühen der ethnischen Ökonomien vor allem aufgrund der starken Expansion des Arbeitsmarktes in den 50er und 60er Jahren, die von Immigrationsbewegungen bedingt durch die Gastarbeiterpolitik begleitet wurde.[72] Entgegen der Pläne der Gastarbeiterpolitik - das wesentliche Prinzip des Gastarbeiter-Systems bestand in der Rotation temporärer Arbeitskräfte - führte diese schließlich dazu, dass sich viele Gastarbeiter dauerhaft in Österreich niederließen, wodurch die Zuwanderung ein wesentliches Element der demographischen Entwicklung Österreichs wurde.[73]
- Spätestens seit den 1980er Jahren ging der industrielle Wandel der Europa erfasste, mit zunehmender Arbeitslosigkeit einher. Viele Produktionsunternehmen wie z.B. in der Automobilindustrie verlagerten ihre Produktionsstätten in Länder mit günstigeren Produktionskosten. Von der damit einhergehenden Verringerung der Beschäftigungsmöglichkeiten waren vor allem viele der zugewanderten Arbeiter in West- und Nordeuropa betroffen.[74]
- In den 80er Jahren stieg die Anzahl der selbständig Erwerbstätigen in vielen Ländern Europas an, was unter anderem auf Förderprogramme zum Wiederaufleben der KMU-Strukturen (Klein- und Mittelunternehmen) zurückzuführen war.[75] Neben der Förderung von Unternehmensgründungen im Allgemeinen, entwickelte man in einigen Ländern Förderprogramme, die explizit die unternehmerische Tätigkeit von Immigranten und Angehörigen ethnischer Minderheiten unterstützen sollen.[76]

Das Phänomen der ethnischen Ökonomie wird mittlerweile als ausreichend relevant angesehen, weshalb man den Begriff inzwischen auch im Handbook of Economic Sociology

[70] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 1
[71] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S.11
[72] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 2
[73] Vgl. Bauer (2008), S. 6
[74] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 2
[75] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 2 zitiert nach Blaschke et al. (1990) und OECD (1991)
[76] Vgl. Haberfellner/Betz (1999), o.S.

von *Smelser* und *Swedberg* findet.[77] Diesem kann man die folgende Definition entnehmen: „An ethnic economy consists of the self-employed and employers, and their co-ethnic employees."[78] In diversen Arbeiten stößt man zusätzlich zur obigen Definition noch auf den Zusatz "and their unpaid family workers."[79]

In den letzten Jahren diskutierte man in diesem Zusammenhang auch das Konzept der informellen Ökonomie, da Teile der ethnischen Ökonomie typische Merkmale von Informalität – wie Schwarzarbeit, Beschäftigung von Familienangehörigen oder anderen Mitgliedern der eigenen Ethnie ohne reguläre Lohnzahlung bzw. zu unterdurchschnittlichen Löhnen - aufweisen. Die Mehrheit der Unternehmen, die von Selbständigen mit Migrationshintergrund betrieben werden, stellen dabei Ein-Mann- bzw. Ein-Frau-Unternehmen dar. [80]

4.2 Ethnische Ökonomie als Gegenstand der Forschung in Österreich

Insbesondere in jenen Wiener Bezirken, die einen hohen Bevölkerungsanteil an Migranten aufweisen, kann das „Heranwachsen einer durch Zugewanderte geprägten Unternehmenslandschaft" beobachtet werden. Es ist erkennbar, dass sich Migranten in der Geschäftswelt etablieren und sich immer mehr außerhalb des, in den Köpfen vieler Wiener verankerten Bildes, eines (männlichen) Gastarbeiters positionieren.[81]

Wie schon im Rahmen des dritten Kapitels zur Forschung hinsichtlich Migrationspolitik festgehalten wurde, gibt es auch in Punkto ethnische Ökonomie, auf Österreich bzw. Wien bezogene Studien und Untersuchungen, die sich diesem Themengebiet widmen. Die meisten davon beschränken sich jedoch auf einzelne Ethnien oder bestimmte ausgewählte Gebiete und Regionen. Wenige jedoch bieten einen Gesamtüberblick. Eine davon ist die Studie „Ethnische Ökonomien – Bestand und Chancen für Wien" aus dem Jahr 2007.[82]

Im Zusammenhang mit der hier vorliegenden Arbeit wird der Fokus ebenfalls auf einen ausgewählten Wirtschaftssektor und zwar jenen der populären Balkan-Livemusik gelegt. Bislang beschäftigten sich nur wenige wissenschaftliche Arbeiten mit dem Musiksektor von ethnischen Minderheiten (insbesondere der Bevölkerungsgruppe der Ex-Jugoslawen) in Österreich bzw. Wien in einem wirtschaftlich relevanten Zusammenhang. Einige davon wurden von mediacult verfasst.[83]

[77] Vgl. Schmidt (2000), S. 336
[78] Light/Karageorgis (1994), S. 647
[79] Vgl. u. a. Schmidt (2000), S. 336
[80] Vgl. Schmidt (2000), S. 336f
[81] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 3
[82] Vgl. Enzenhofer et al. (2007). S. 3
[83] Vgl. o.V. (mediacult, 2010), o.S.

4.3 Theoretische Ansätze zur Erklärung der Entstehung ethnischer Ökonomien

Trotz einer langjährigen Forschungstradition zur ethnischen Ökonomie gibt es gegenwärtig noch keinen einheitlichen theoretischen Erklärungsansatz, der einerseits die von Ethnie zu Ethnie unterschiedlichen Zugangsmotivationen zur Gänze erklärt und andererseits auch den Einfluss des gesellschaftlichen Kontextes im Zielland berücksichtigt. Vielmehr unterscheiden sich die Modelle je Studienziel und Aufnahmeland, wobei jeweils einzelne Teile unberücksichtigt bleiben und bestimmte Teilaspekte in den Vordergrund gestellt werden.[84]

An dieser Stelle werden die in der Literatur anzutreffenden wichtigsten theoretischen Ansätze bzw. Modelle, die sich mit Erklärungsversuchen zur Entstehung ethnischer Ökonomien befassen, etwas näher vorgestellt.

4.3.1 Der „Middleman Minority"-Ansatz oder die Theorie intermediärer Minderheiten

Verschiedene Autoren haben im Rahmen ihrer Arbeiten darauf hingewiesen, dass es ethnische Minderheiten gibt – wie beispielsweise Juden in Europa und Chinesen in Südostasien – denen gemein ist, dass sie eine vergleichbare Position in der Sozialstruktur der Gesellschaft bzw. des Staates einnehmen, in der/dem sie angesiedelt sind. Diese Gruppen werden als „middleman minorities" oder „intermediäre Minderheiten" bezeichnet, da sie quasi eine „mittlere" Position (und nicht die unterste Stufe) in der jeweiligen Gesellschaft einnehmen.[85]

Unter den Soziologen, die sich mit dem Phänomen der „middleman minorities" beschäftigt haben, war es unter anderem *Max Weber* der sich mit dem Thema der „ausländischen Händler bzw. Unternehmer" im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklung befasste und damit den Grundstein für den von *Bonacich* 1973 geprägten und unter „middleman minority"-Theorie bekannten Ansatz, legte. Dieser Ansatz geht davon aus, dass die intermediären Minderheiten sich auf jene Geschäfts- und Handelsbereiche spezialisieren, in welchen sie aufgrund einer Jahrhunderte langen Erfahrung Fachkompetenzen entwickeln konnten.[86]

Mittlerweile gibt es eine Fülle an Studien zu verschiedenen ethnischen Ökonomien in Großstädten sowie Studien, die diese Erscheinung zu erklären versuchen. So untersuchten *Edna Bonacich* und *John Modell* in einer 1980 erschienenen Studie drei Generationen von Amerikanern japanischer Herkunft. Die Autoren gingen dabei von Einwanderern und ihrer unternehmerischen Tätigkeit aus, die „mit der Hoffnung in ein Gastland kommen, dort nur vorübergehend zu bleiben." Diese Einwanderer bildeten separate Gemeinschaften, in welchen sie ihre ethnischen Gepflogenheiten und Werte praktizierten. Die

[84] Vgl. Enzenhofer et al. (2007), S. 4
[85] Vgl. Bonacich/Modell (1980), S. 13
[86] Vgl. Light (2005), S. 650

Unternehmertätigkeit dieser Einwanderer beschränkte sich dabei fast ausschließlich auf den Bereich von Kleinunternehmen und auf die Branchen Handel, Dienstleistungen sowie auf von der Mehrheitsgesellschaft eher vernachlässigte Sektoren.[87]

Generell betrachtet können die middleman minorities somit in dreierlei Hinsicht beschrieben werden: Sie können erstens als Puffer zwischen der Elite und der breiten Masse (also auch ihrer eigenen ethnischen Gruppe) gesehen werden, wobei sie eine Position zwischen diesen beiden einnehmen. Dabei nehmen sie eine intermediäre Funktion wahr und schlüpfen in die Rolle des Ladenbesitzers, der Produkte der Elite an die breite Masse vertreibt.[88]

Zweitens können sie anhand ihrer Rolle als „economic middlemen" beschrieben werden. In diesem Sinne konzentrieren sie sich wie schon oben erwähnt vor allem auf den Bereich Handel und Gewerbe und übernehmen dabei eine intermediäre Funktion zwischen Herstellern (der Industrie) und Konsumenten. Auch in ihrer Funktion als Geldverleiher etwa oder gar in Positionen in der öffentlichen Hand, in welchen sie sehr wohl ebenfalls tätig sind, ist immer der Vermittler-Aspekt gegeben. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass sie nicht etwa als Produzenten tätig sind, sondern vielmehr dazu beitragen, den Waren- und Dienstleistungsfluss innerhalb der Wirtschaft zu gewährleisten.[89]

Drittens können diese Gruppen eher als „petit bourgeois" oder Kleinbürger, denn als Kapitalisten beschrieben werden, denn sie sind eher dem Bereich der Kleinunternehmen als den großen Unternehmen des modernen Kapitalismus zuzuordnen. Sie sind somit als mittlere Klasse zwischen den Kapitalisten und der Arbeiterklasse zu betrachten. Obwohl man also bei „middleman minorities", nicht auf einen präzise erklärten Begriff zurückgreifen kann, so scheint man sich darüber einig zu sein, welche (Bevölkerungs)Gruppen hierzu gezählt werden – es sind beispielsweise die Juden in Europa, die Chinesen in Südostasien, die Araber in Westafrika oder die Armenier in der Türkei.[90]

Interessant ist dabei auch die Stellung, die diese ethnischen Unternehmer einnehmen – denn einerseits identifizieren sie sich in einzelnen Bereichen mit dem Aufnahmeland und dessen Bevölkerung, andererseits repräsentieren sie aber auch ihre ethnische Kultur, wodurch sie von beiden Seiten Feindseligkeiten ausgesetzt sind.[91] So sind im Rahmen der ethnischen Solidarität, die hierbei eine wichtige Rolle spielt Ehre und Vertrauen besonders wichtig, führen jedoch teilweise auch zur Isolierung von der restlichen Gesellschaft und rufen damit weitere Feindseligkeit hervor. Damit verbunden wird von der Umwelt der Zugang zu wirtschaftlichen Aktivitäten außerhalb des kleinbetrieblichen Bereichs verschlossen, was wiederum die ethnische Solidarität umso wichtiger erscheinen bzw. werden lässt. Die verstärkte Konzentration darauf, fördert bzw. verstärkt dieses Phänomen noch weiter. Im

[87] Vgl. Schmidt (2000), S. 338
[88] Vgl. Bonacich/Modell (1980), S. 13f
[89] Vgl. Bonacich/Modell (1980), S. 14
[90] Vgl. ebitda
[91] Vgl. Enzenhofer et al. (2007), S. 4f

Ergebnis ruft der wirtschaftliche Erfolg der ethnischen Unternehmer, den sie auf den spezifischen Gebieten erzielen, sowohl Neid als auch Abgeneigtheit seitens der Umwelt hervor.[92]

Der „Middleman Minority"-Ansatz wird für die Befassung mit ethnischen Ökonomien von vielen Autoren für begrenzt geeignet befunden. Dabei werden mehrere Kritikpunkte angesprochen. So wurde der Ansatz vor dem Hintergrund von Ökonomien der Dritten Welt entwickelt, die mit jenen der (hoch) entwickelten Länder nicht verglichen werden können. Außerdem wird im Rahmen des „Middleman Minority"-Ansatzes auf ethnische Gruppen abgestellt, die in einer Handelstradition stehen und diese auch im Aufnahmeland weiterführen. Dies trifft allerdings lediglich auf einzelne Gruppen zu, während es für viele andere Gruppen, die unternehmerisch tätig sind, nicht behauptet werden kann.[93]

4.3.2 Das Kulturmodell

Ivan Light gilt als der Begründer des kulturellen Ansatzes bzw. des Kulturmodells und er untersuchte die, durch Immigranten bestimmte Unternehmenslandschaft in Los Angeles, zu Beginn der 70er Jahre. In Folge wurde von Sozialwissenschaftern die Frage aufgeworfen, weshalb sich einzelne Immigrantengruppen in Vergleich zu anderen überproportional oft für die Unternehmertätigkeit bzw. Selbständigkeit entscheiden. Vertreter des Kulturmodells teilen die Ansicht, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen aufgrund kultureller und traditioneller Gegebenheiten dazu im Stande sind, erfolgreich Geschäfte zu führen. Nach *Light* sind für die Entwicklung der Unternehmenslandschaft sowohl ökonomische als auch nichtökonomische Faktoren maßgeblich. Gerade die nichtökonomischen Faktoren, die häufig unterschätzt werden, können – so *Light* – maßgeblich für das Gedeihen der Unternehmen sein.[94]

Im Zusammenhang mit dem kulturellen Ansatz ist festzuhalten, dass trotz der wichtigen Einsichten, die dieser gewährt (z.B. in soziale Netzwerke oder ethnische Institutionen), auf einige nicht zu vernachlässigende Mängel hinzuweisen ist, wie *Light* selbst feststellte. So gibt es Bevölkerungsgruppen, die eine mangelnde kulturelle Tradition aufweisen und innerhalb welcher die unternehmerische Selbständigkeit dennoch sehr häufig anzutreffen ist. Der Kulturansatz ist auch dazu geeignet, ethnische Zugehörigkeit zur Ressource werden zu lassen, so dass gewisse ökonomische Segmente wegen dieser Ressourcen, bestimmten Bevölkerungsgruppen zugeordnet werden: so wird heute von einer „Neigung" der Italiener zum Pizzabacken oder der Türken zum Obst- und Gemüsehandel gesprochen, so wie man früher Juden häufig mit Geldverleih in Verbindung brachte. An vielen Untersuchungen wird daher kritisiert, sie würden sich zu stark am Kulturmodell orientieren und dadurch andere

[92] Vgl. Bonacich/Modell (1980), S. 15f
[93] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S.14
[94] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 22 zitiert nach Light (1987)

wesentliche Faktoren außer Acht lassen.[95] Das Kulturmodell führt außerdem dazu, dass bestehende Stereotypen noch verstärkt werden.[96]

4.3.3 Das Nischenmodell

Die Diskussion des Nischenmodells ist auf die Existenz einer ethnischen Enklave bzw. Kolonie – einer starken räumlichen Konzentration von Mitgliedern einer ethnischen Gruppe - zurückzuführen, die spezifische Konsumbedürfnisse aufweist.[97] An diesen spezifischen Konsumbedürfnissen, orientieren sich die ethnischen Unternehmen – in diesem Zusammenhang vor allem Migranten der ersten Generation -, die somit überwiegend die Konsumbedürfnisse der eigenen ethnischen Bevölkerungsgruppe abdecken. Ist die Nachfrage nach solchen spezifischen Produkten bei bestimmten Gruppen von Zuwanderern ausreichend groß, so werden von Angehörigen dieser Gruppen Gewerbe gegründet, um die Nachfrage zu befriedigen. Während diese Betriebe anfangs kaum in Konkurrenz mit den Anbietern der Aufnahmegesellschaft stehen (Beispiele sind Gastronomiebetriebe oder spezielle Reisebüros), orientieren sich einige davon in weiterer Folge auch an den Konsumbedürfnissen dieser – z.B. österreichischen Bevölkerung (Beispiele hierfür sind Änderungsschneiderein oder Lebensmittelgeschäfte).[98] Dies geschieht vor allem deshalb, da die zusätzliche Orientierung auf Kunden außerhalb der eigenen Bevölkerungsgruppe, einen längerfristigen Bestand sichern und Wachstumsmöglichkeiten eröffnen kann. Ein ausschließlich auf die eigene ethnische Gruppe bezogenes Angebot, birgt mehrere Problemfelder. Besonders zu beachten ist dabei, dass die Nische nur für eine beschränkte Anzahl an Unternehmen Platz bieten kann. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die ethnische Nachbarschaft und damit die Klientel, lediglich aus einer begrenzten Zahl von Mitgliedern bestehen, die zudem meist über eine geringe Kaufkraft verfügen.[99]

Man geht jedoch auch davon aus, dass sich das Konsumverhalten der Zuwanderer, im Laufe der Zeit dem des Aufnahmelandes annähert und dass darüber hinaus die Angehörigen der Aufnahmegesellschaft zunehmend an Produkten der Migranten interessiert sein können.[100]

Im Zusammenhang mit den sich veränderten Konsumbedürfnissen der jahrelang in einem Aufnahmeland lebenden Migrantenbevölkerung, erfährt auch die Nischenökonomie eine Veränderung, idem sie auf diese „neuen“ Bedürfnisse entsprechend reagieren und eingehen muss. In weiterer Folge besteht die ethnische Nischenökonomie nicht mehr lediglich aus Gastronomiebetrieben oder kleinen Lebensmittelhändlern und schließt vielmehr auch Medienunternehmen (Druckereien, Fernsehsender), Dienstleister der Unterhaltungsbranche (Diskotheken, Videotheken), Banken und Versicherungen, aber auch Immobilienmakler mit

[95] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 23 zitiert nach Oswald/Häußermann (1997)
[96] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 22
[97] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 24 zitiert nach Barth (1969)
[98] Vgl. Floeting et al. (2004), S. 17f
[99] Vgl. Waldinger/McEvoy/Aldrich (1990), S. 112
[100] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 24 zitiert nach Goldberg (1996)

ein.[101] Mittlerweile gibt es Bereiche, die von Migranten dominiert werden, so zum Beispiel die genannten Änderungsschneidereien oder kleine Obst- und Gemüsehändler.[102] Diese Situation ist vermutlich allen WienerInnen bekannt, denn in vielen Bezirken sind es gerade türkische Einzelhändler, die mit ihren kleinen Obst- und Gemüseläden, in welchen sie auch weitere Lebensmittel anbieten, quasi eine Nahversorgerrolle übernehmen (und dies oftmals nicht nur innerhalb der eigenen ethnischen Community).

Am Nischenmodell wird kritisiert, dass es eine Fülle an Aspekten außer Acht lässt. Nicht berücksichtigt werden unter anderem Aspekte bezogen auf die Aufnahmegesellschaft (z.B. rechtliche Regulierungen oder die Arbeitsmarktbeschaffenheit) und es wird den individuellen und kulturellen Veranlagungen der ethnischen Unternehmensgründer, zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet.[103]

4.3.4 Das Reaktionsmodell

Das Reaktionsmodell, das sich als Erklärungsansatz zur Entstehung ethnischer Ökonomien auf die Rahmenbedingungen, die Migranten im jeweiligen Aufnahmeland vorfinden konzentriert[104], findet vor allem in neueren Untersuchungen Eingang.[105] Zu den zentralen Größen gehören dabei externe Faktoren, die einen Einfluss auf die Entscheidung zur Unternehmensgründung haben (z.B. der Zugang zum Arbeitsmarkt oder der Rechtsrahmen).[106] Zu den wesentlichen Entscheidungsmotiven im Rahmen der unternehmerischen Selbständigkeit von Migranten, zählen die vergleichsweise schlechten Bedingungen und Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt des jeweiligen Aufnahmelandes sowie die besseren Marktchancen für Unternehmen in einzelnen Bereichen der Wirtschaft.[107]
Haberfellner beschreibt in Anlehnung an *Waldinger et al.* 1990 und *Biffl* 1997, die Situation folgendermaßen: Die Bedingungen, die zu Beginn der Arbeitsmigration in den 1960er Jahren auf dem Arbeitsmarkt vorzufinden waren, sind in dieser Form nicht mehr gegeben. Anfangs handelte es sich um Tätigkeiten, die keinerlei Qualifikation bedurften, weshalb die Anzahl derartiger – von Immigranten wahrgenommenen - Arbeitsplätze in Folge des technologischen Wandels und der Strukturverschiebungen in der Wirtschaft, im Laufe der Jahre immer mehr abnahm. Hinzu kam die Tatsache, dass eine Großzahl der Migranten aufgrund des niedrigen Qualifikationsniveaus, nicht die Möglichkeit bekam eine Beschäftigung in den Erfolg versprechenden Arbeitsbereichen zu finden. Das starke Wachstum im Bereich der Dienstleistungen und des Telekommunikationssektors der letzten

[101] Vgl. Floeting et al. (2004), S. 18
[102] Vgl. Floeting et al. (2004), S. 17
[103] Vgl. Enzenhofer et al. (2007), S. 5
[104] Vgl. Sen (o.J.), o.S.
[105] Vgl. Floeting et al. (2004), S.18
[106] Vgl. Sen (o.J.), o.S.
[107] Vgl. Aliochin et al. (2007), S. 16

Jahre, die Fähigkeiten im technischen Bereich sowie Kommunikationstalent voraussetzen, verschärfen die Problematik zusätzlich. Viele Migranten sind mit den ihrerseits vorhandenen Qualifikationen nicht in der Lage, die in den neuen Wirtschafsbereichen geforderten Fachkenntnisse und Kompetenzen anzubieten. Damit klaffen das Qualifikationsangebot und die Nachfrage nach bestimmten Qualifikationen in diesem Bereich immer mehr auseinander und führen zu einer verstärkten strukturellen Segmentierung am Arbeitsplatz.[108]
Für viele Migranten erscheint somit der Weg in die Selbständigkeit, als eine gute Alternative. Dennoch schaffen es nur wenige der Unternehmer, auf diesem Weg tatsächlich ihrer schlechten beruflichen Situation zu entkommen und tauschen eine „marginale Position am Arbeitsmarkt, gegen eine ebenso marginale Position“ in der Selbständigkeit.[109]
Das Reaktionsmodell geht auf die individuellen Motive der ethnischen Gründer am stärksten ein und wird meistens als Erklärungsansatz für Unternehmensgründungen seitens der zweiten Migrantengeneration verwendet.[110]

Da sich die bisher vorgestellten Modelle, welche die Selbständigkeit von Migranten zu erklären versuchen, auf einzelne Teilaspekte konzentrieren, kann man aus ihnen nur beschränkt Erkenntnisse und Schlussfolgerungen ziehen. Das „Kulturmodell“ beschränkt sich auf kulturelle Dispositionen der Migranten, während das „Nischenmodell“ auf die Ressourcen einer ethnischen Gruppe eingeht und das „Reaktionsmodell“ die Beschränkungen beispielsweise auf dem Arbeitsmarkt fokussiert, die den Zuwanderern den beruflichen Einstieg und Erfolg erschweren.
Das Nischenmodell besaß für die ersten Jahrzehnte der Migration besonders hohe Erklärungskraft, heute kann jedoch in Betrachtung vieler Migrantengruppen, nicht von Nischenanbietern gesprochen werden, da die Zahl der Unternehmer einzelner ethnischer Gruppen (wie beispielsweise im Falle der türkeistämmigen), bereits so groß ist, dass von einer Marktnische keine Rede mehr sein kann. Die im Rahmen des Kulturmodells unterstellte „kulturell verankerte Unternehmermentalität“, kann bei den meisten ethnischen Unternehmern der ersten Generation nicht bestätigt werden, da nur wenige von ihnen eine familiäre Händler- und Unternehmertradition in das Aufnahmeland mitgenommen haben.[111]

Aus diesem Grund ist heute eher eine vernetzte bzw. modellübergreifende Betrachtung der ethnischen Ökonomien üblich. Die Unternehmer sind dabei immer im Zusammenhang mit ihrer ethnischen Abstammung zu betrachten. Nicht zu vernachlässigen ist darüber hinaus die Diskriminierung einer bestimmten Minderheit.[112]

---

[108] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 25f; vgl. Waldinger et al. (1990), S. 16
[109] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 26; vgl. Bukow (1993), S. 124
[110] Vgl. Aliochin et al. (2007), S. 16
[111] Vgl. Sen (o.J.), o.S.
[112] Vgl. Bukow (1993), S. 123

4.3.5 Das Interaktionsmodell

Im Rahmen des Interaktionsmodells wird versucht, über die Nachteile der oben genannten Modelle hinwegzukommen, indem mehrere Elemente und Faktoren zur Erklärung ethnischer Ökonomien berücksichtigt werden.
Dieser Ansatz wurde von *Aldrich, Waldiger* und *Ward* erarbeitet, weshalb sich die nachfolgenden Ausführungen zum Großteil auf ihr Werk „Ethnic entrepreneurs - immigrant business in industrial societies" aus dem Jahr 1990 stützen.

Beim Interaktionsansatz werden sowohl die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen als auch die jeweils bestehenden Möglichkeiten der Migranten, in Betracht gezogen. Die Selbständigkeit von Zuwanderern, wird demnach als eine Folge davon gesehen, dass sowohl entsprechende vorteilhafte Bedingungen – sprich Opportunitäten – in der Aufnahmegesellschaft gegeben sind als auch, dass die Migranten über die jeweils erforderlichen Ressourcen verfügen und diese entsprechend einbringen können, um die Opportunitäten überhaupt für sich nützen zu können. Diese beiden Faktoren – Opportunitäten in der Aufnahmegesellschaft und Ressourcen der Migrantengruppen –, beeinflussen sich dabei gegenseitig.[113]
Auf den Punkt gebracht, betrachtet der Interaktionsansatz die Entstehung ethnischer Ökonomien, als eine „interaktive Konsequenz der Verfolgung wahrgenommener Opportunitäten, durch die Mobilisierung von Ressourcen im Rahmen ethnischer Netzwerke."[114]
Aldrich, Waldiger und *Ward* führen im Rahmen ihrer Überlegungen verschiedene Opportunitäten an, bei welchen es sich einerseits um Möglichkeiten handelt, den Selbständigen-Status zu erlangen und andererseits um Chancen der Marktdurchdringung. Die theoretische Basis stützt sich einerseits auf die im jeweiligen Aufnahmeland bestehenden Opportunitäten und deren Strukturen und andererseits auf die spezifischen Eigenschaften der jeweiligen ethnischen Gruppe. Dabei werden die Opportunitätsstrukturen von den Marktbedingungen (z.B. ethnische Konsumgüter) und von dem Zugang zur selbständigen Tätigkeit bestimmt. Die Eigenschaften der jeweiligen ethnischen Gruppe hingegen, werden von prädisponierten Faktoren bzw. von Struktur der Zuwanderergruppen (z.B. selektive Migration, Anspruchsniveaus) und der Mobilisierung von Ressourcen (z.B. enge Beziehungen zu Menschen gleicher ethnischer Abstammung, ethnische „social networks") beeinflusst.[115]
Da das Interaktionsmodell die theoretische Basis in Punkto ethnische Ökonomien für die vorliegende Arbeit bildet, anhand welcher die Fragestellungen im Rahmen des empirischen

[113] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 27
[114] Haberfellner et al. (2000), S. 27
[115] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 22

Teils gebildet werden, wird dieser Ansatz samt den angeführten Faktoren im Folgenden ausführlich dargestellt.

4.3.5.1 Opportunitätsstrukturen

Die Möglichkeiten zur selbständigen Tätigkeit und das Aktivwerden der Unternehmen sind nur in einem Umfang gegeben, in welchem die Umwelt eine Nutzung der Ressourcen erlaubt bzw. diese Ressourcen überhaupt zur Verfügung stellt. In einer modernen Gesellschaft ist die Struktur der Opportunitäten ständigen Veränderungen ausgesetzt.[116]

Ethnische Gruppen sehen sich der Herausforderung gegenüber, sich einen Zugang zur Wirtschaft und zum Markt der Aufnahmegesellschaft zu verschaffen, der – selbst wenn er grundsätzlich als gegeben angesehen wird – häufig unter der Kontrolle der Mehrheitsgesellschaft steht. Wie schon weiter oben erwähnt, bestimmen zwei Faktoren die Opportunitätsstrukturen. Es sind einerseits die Marktbedingungen und andererseits die Zugangsmöglichkeiten zur selbständigen Tätigkeit.[117]

- Marktbedingungen

Die Grundvoraussetzung für die Gründung eines Unternehmens wird vom Bestehen einer Nachfrage nach Produkten und/oder Dienstleistungen beeinflusst, die dieses Unternehmen anbietet. Die Nachfrage nach Gütern der ethnischen Unternehmer, besteht dabei typischerweise innerhalb der eigenen ethnischen Community. Diese weist häufig ein spezifisches Set an Bedürfnissen und Präferenzen auf, welches wiederum am besten von Angehörigen der eigenen Community – und in manchen Fällen nur von dieser – befriedigt werden kann.[118] Die Gründe liegen auf der Hand: die zugewanderten Unternehmer kennen den Geschmack und die Präferenzen ihrer Landsleute und sind somit in der Lage, bestmöglich auf ihre Wünsche einzugehen. Außerdem ist mit dem Angebot „ethnischer Güter", häufig die Notwendigkeit verbunden, direkte Kontakte mit dem Heimatland zu pflegen. Dadurch sind ethnische Unternehmer in einem klaren Vorteil, verglichen mit Unternehmen die von Einheimischen der jeweiligen Aufnahmegesellschaft betrieben werden und können sich innerhalb der Nische behaupten bzw. Wettbewerbsvorteile erzielen. Die selbständige Tätigkeit ethnischer Unternehmer ist häufig mit dem Angebot „kultureller Produkte" verbunden. Dazu zählen beispielsweise Lebensmittel, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Bekleidung und Schmuck.[119]

Migranten sind darüber hinaus bei ihrer Einwanderung und dem Anpassen an die Aufnahmegesellschaft, häufig mit spezifischen Problemen konfrontiert, welche ihrerseits zur Entstehung weiterer spezialisierter Unternehmen führen. Mit den Schwierigkeiten, welchen

[116] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 21
[117] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 21-31
[118] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 21
[119] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 22f

sich die Zuwanderer gegenüber sehen, entsteht der Bedarf an speziellen Reisebüros, Rechtsberatung, Immobilienmaklern aber auch an Buchhaltern und Steuerberatern. Solche Unternehmen bieten ihren Kunden eine Fülle an Dienstleistungen an, die weit über reine Information oder Rechtshilfe hinaus reichen. Bei derartigen Leistungen handelt es sich häufig um Aufgaben, mit welchen viele Migranten nicht vertraut sind und die sie, aufgrund der ungewohnten bürokratischen Abläufe im jeweiligen Land, auch nicht unbedingt nachvollziehen können. In manchen Fällen stehen die Leistungen sogar in Verbindung mit der fragwürdigen Rechtslage mancher Immigranten und ihrer Familien. Aus diesem Grund spielt das Vertrauen im Zusammenhang mit der in Anspruch genommenen Dienstleistung, eine besonders wichtige Rolle, weshalb sich diese Menschen häufig für Dienste von Personen gleicher ethnischer Abstammung entscheiden. Daneben werden gerade auch in den Ländern aus welchen viele Zuwanderer stammen, die persönlichen Beziehungen den formalen und unpersönlichen vorgezogen.[120]

Bereits im Rahmen des Nischenmodells wurde darauf eingegangen, dass ein ethnischer Unternehmer, der sich auf seine ethnische Gruppe beschränkt, langfristig an Wachstumsgrenzen stoßen wird. Dies wurde in verschiedenen Untersuchungen und somit an einer Reihe von Beispielen demonstriert. Daneben gibt es jedoch auch Beispiele, die zeigen, dass die Selbständigkeit im Rahmen der ethnischen Ökonomie als Sprungbrett für Expansion und Wachstum dienen kann. Damit bleibt festzuhalten, dass dieses Wachstumspotenzial der ethnischen Unternehmer, von deren Zugang zu Kunden außerhalb der eigenen ethnischen Community, abhängig ist. Die entscheidende Frage beschäftigt sich somit mit den Gegebenheiten des wirtschaftlichen Umfeldes, welches dazu geeignet ist, das neuartige ethnische Unternehmertum zu unterstützen.[121]
Wie schon beim Nischenmodell erwähnt, gibt es mittlerweile Bereiche, die von ethnischen Unternehmen dominiert werden. *Light* beschreibt beispielsweise, dass in vielen europäischen Städten zu beobachten ist, dass insbesondere bei den Lebensmitteln, Migranten als Unternehmer die Rolle der Nahversorger im innerstädtischen Raum übernehmen.[122] Diese Situation ist auch in Wien beobachtbar, wo in vielen Bezirken besonders türkische Obst- und Gemüsehändler oder kleine Supermärkte vorzufinden sind.

Aldrich, Waldinger und *Ward* gehen auch auf Voraussetzungen ein, die es ethnischen Unternehmern ermöglichen, einen größeren Markt zu bedienen, wobei sie von vier möglichen Situationen ausgehen. In diesem Zusammenhang werden hohe Markteintrittskosten und ein hoher Anteil an Großunternehmen in einem Markt als hinderlich

[120] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 23
[121] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 23f
[122] Vgl. Light (1987), S. 204

für das Entstehen neuer Unternehmen gesehen. In vielen westlichen Staaten bestehen jedoch Nischen, die nicht von Massenproduktion und –distribution beherrscht werden, wodurch Voraussetzungen gegeben sind, die es der ethnischen Ökonomie ermöglichen auch im offenen Markt zu wirtschaften. Eine derartige Nische besteht bei *Märkten, die nicht ausreichend versorgt* sind oder die von den *großen einheimischen Unternehmen verlassen* wurden.[123]

Als weitere Möglichkeit, bieten sich für die Migranten *Märkte mit besonders niedrigen Skalenerträgen* an, die ihnen quasi bedingt durch persönliche Aufopferung (sprich durch einen hohen persönlichen Einsatz) ermöglichen, hohe Effizienz zu erreichen.

Neben den beiden bereits genannten, besteht für ethnische Unternehmen auch die Möglichkeit, sich einen Zugang zu jenen Märkten zu verschaffen, die durch *Instabilität und Unsicherheit* gekennzeichnet sind. Letztendlich besteht auf dem offenen Markt für diese Unternehmen auch die Möglichkeit, über ihr *spezifisches Produktangebot*, auch die einheimische Bevölkerung anzusprechen. Dies ist beispielsweise bei exotischen Produkten der Fall bzw. bei jenen Produkten, die aus dem Herkunftsland bestimmter Zuwanderer stammen oder bezogen werden (beispielhaft kann die indische Küche genannt werden).[124]

- Zugangsmöglichkeiten zur Selbständigkeit

Selbst wenn für angehende ethnische Unternehmer, im Zusammenhang mit einer Unternehmensgründung günstige Marktbedingungen vorliegen, muss noch die grundsätzliche Möglichkeit zur Unternehmensgründung, gegeben sein. In diesem Zusammenhang sind zwei Faktoren von Relevanz:

1. die Anzahl an freien Plätzen bzw. Lücken, die von neuen ethnischen Unternehmen eingenommen werden können und 2. die gesetzlichen Regelungen, die für die Selbständigkeit von Migranten zu beachten sind.[125]

Um auf die Frage nach freien Plätzen bzw. Lücken eingehen zu können, ist ein historischer Blick auf die Entwicklungen in jenen Ländern zu werfen, die als Aufnahmegesellschaft für Immigranten interessant waren. Im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert, führte ein rasantes Wirtschaftswachstum in diesen Ländern, zur Entstehung neuer Branchen und Wirtschaftszweige, wodurch den Migranten ermöglicht wurde, Geschäfte aufzunehmen bzw. sich unternehmerisch zu betätigen, ohne dabei in wirklicher Konkurrenz zu den einheimischen Unternehmen zu stehen bzw. von diesen verdrängt zu werden. Im späten 20. Jahrhundert schritt das Wirtschafswachstum jedoch langsamer voran, womit auch weniger Möglichkeiten für unternehmerische Selbständigkeit vorhanden waren. Dennoch ist generell

[123] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 25
[124] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 26f
[125] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 28

zu beobachten, dass die Selbständigenrate in den letzten zehn bis 15 Jahren, angestiegen ist.[126]

Für die Migranten ergeben sich aber auch aus anderen Entwicklungen der Vergangenheit, Geschäftsmöglichkeiten und zwar wenn es um die Nachfolge von Unternehmen geht. So bestehen bei den einheimischen Unternehmern häufig Probleme im Hinblick auf die Nachfolge, da die Nachfahren häufig nicht die Geschäfte fortführen und somit Alternativen gesucht werden müssen. Die Übernahme solcher Unternehmen bzw. Geschäfte, kann somit für Migranten gute Chancen im Rahmen der Selbständigkeit eröffnen. Außerdem ist zu beobachten, dass sich in einzelnen Stadtteilen die Unternehmenslandschaft dadurch verändert, dass ältere Zuwanderergruppen bestimmte Viertel verlassen, während jüngere Zuwanderergruppen in dieselben nachziehen.[127]

Geht es um die zweite Frage und zwar um die nach den gesetzlichen Regelungen betreffend der unternehmerischen Selbständigkeit von Migranten, so ist vor allem in Erfahrung zu bringen, wie einfach bzw. schwer es für Migranten tatsächlich ist, ein Unternehmen zu gründen. Dabei ist zu beobachten, dass die Regierungen in den verschiedenen Ländern durch gesetzliche Regelungen versuchen, zunächst mal die Niederlassung von Migranten zu steuern bzw. eine dauerhafte Niederlassung zu erschweren. In Deutschland wurden türkische Arbeiter beispielsweise zunächst als temporäre Arbeitskräfte behandelt, wodurch für sie eine Familienzusammenführung wesentlich erschwert wurde. Dennoch gelang es vielen, die gesamte Familie in Deutschland zu vereinen und Märkte für ethnische Güter und Dienstleistungen zu schaffen.[128]

Darüber hinaus sind die Regelungen betreffend selbständiger Tätigkeit von Migranten strikt und erlauben eine solche, nur unter Einhaltung diverser Voraussetzungen. In manchen Ländern müssen für einzelne Gewerbe Gewerbescheine vorgelegt werden bzw. es ist ein Bedarfsnachweis zu erbringen. In anderen wiederum, ist die selbständige Tätigkeit an die Aufenthaltserlaubnis geknüpft, womit es für Migranten erst nach einer jahrelangen (unselbständigen) Beschäftigungsdauer die Möglichkeit gibt, (legal) in die Selbständigkeit zu wechseln. In den 1980ern wurden allerdings in vielen westlichen Ländern die formalen Anforderungen betreffend Unternehmensgründungen in diversen Sektoren liberalisiert, womit es für Migranten inzwischen einfacher ist, selbständig Geschäfte zu betreiben.[129] Natürlich gibt es auch Migrantengruppen, die aufgrund ihrer Herkunft bzw. Staatsbürgerschaft die freie Wahl haben, wenn es um den Ort/Land ihrer Niederlassung geht (z.B. die EU-Staatsbürger im Rahmen der EU).

---

[126] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 28f
[127] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 31; vgl. Waldinger et al. (1990), S. 29
[128] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 31
[129] Vgl. ebitda

Aus den obigen Ausführungen lässt sich zusammenfassend festhalten, dass offenbar verschiedene Voraussetzungen und Marktgegebenheiten, für die Entstehung ethnischer Ökonomien vorliegen müssen. Erstens entwickeln sich von Migranten geführte Unternehmen in jenen Wirtschaftssektoren, die durch niedrige Eintrittsbarrieren, ein hohes Verhältnis zwischen Arbeits- und Kapitaleinsatz und/oder das Vorliegen von „Selbstaufopferung“ und hoher Leistungsbereitschaft, gekennzeichnet sind. Typischerweise sind sie außerdem in solchen Bereichen selbständig tätig, in welchen allgemein verfügbare Fähigkeiten – sprich keine besonderen Qualifikationen und Spezialisierungen – gefragt sind.

4.3.5.2 Eigenschaften der ethnischen Gruppen

Bezüglich der Eigenschaften zugewanderter Gruppen, geht man davon aus, dass diese sowohl für das Ausmaß als auch für die Qualität der selbständigen Tätigkeit von Migranten, entscheidend sind. *Waldinger et al.* gehen davon aus, dass manche Migranten für die unternehmerische Selbständigkeit prädestiniert sind und außerdem auf informelle ethnische Mittel und Ressourcen zurückgreifen können, die ihnen einen Wettbewerbsvorteil bringen. [130] Allgemein betrachtet, werden die Eigenschaften von ethnischen Gruppen, einerseits von „prädisponierten Faktoren“ oder einfach gesagt der Struktur der Zuwanderergruppen (z.B. selektive Migration, Anspruchsniveaus) und andererseits von der Mobilisierung von Ressourcen (z.B. enge Beziehungen zu Menschen gleicher ethnischer Abstammung, ethnische „social networks“) beeinflusst. Diese beiden Faktoren werden im Folgenden näher ausgeführt.

- Struktur der Zuwanderergruppen

Für die Existenz und die positive Entwicklung von ethnischen Ökonomien, werden bestimmte Rahmenbedingungen als entscheidend angesehen. 1) Man geht davon aus, dass der Erfolg einer Gruppe, stark von dem Zeitpunkt abhängig ist, zu welchem diese in das jeweilige Aufnahmeland eingewandert ist. Die Geschäftsmöglichkeiten für solche Zuwanderergruppen sind dabei stets Veränderungen ausgesetzt, denn im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklung der westlichen Nationen, entstehen einerseits neue Möglichkeiten, andererseits werden bestehende (zum Teil) verschlossen oder verschwinden. Viele der Gruppen konzentrieren sich zunächst auf die Versorgung von Kunden gleicher ethnischer Abstammung, und erst in weiterer Folge, nehmen sie ihren Platz auf dem Markt ein, der (auch) die einheimische Bevölkerung bedient.[131]

2) Die jeweilige Lage, in der sich eine Gruppe befindet, wird teilweise auch von den kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Ressourcen bestimmt, die eine Gruppe mit sich bringt. Besteht ein Mangel an diesen Ressourcen, haben die zugewanderten Gruppen in der

---

[130] Vgl. ebitda

[131] Vgl. Blaschke et al. (1990), S.104

Regel die Möglichkeit, auf Kompensationsstrategien zurückzugreifen. Inwieweit sie dabei erfolgreich sind, hängt vor allem von der Art der Beziehungen zwischen den Mitgliedern einer ethnischen Gruppe ab sowie der Form der sozialen Netzwerke, an welchen sie partizipieren.
3) Der Erfolg der jeweiligen Gruppe ist darüber hinaus, von den gesetzlichen und politischen Beschränkungen abhängig, denen sie sich im jeweiligen Aufnahmeland gegenüber sehen. Manche Zuwanderer sind willkommen, während andere lediglich toleriert werden. Darüber hinaus wandern manche Migranten in Länder ein, in welchen Unternehmensgründungen einfach und auch günstig durchgeführt werden können, während andere in ihrer Aufnahmegesellschaft mit Schwierigkeiten und strikten bürokratischen Vorschriften zu kämpfen haben.[132]

Im Allgemeinen haben Migranten auf dem Arbeitsmarkt mit einer Reihe von Hindernissen zu kämpfen. Dazu zählen: unzureichende Sprachkenntnisse, unzureichende und ungeeignete Qualifikationen und Fähigkeiten, aber auch Diskriminierung. Gerade aus einem Mangel an entsprechenden Möglichkeiten und Voraussetzungen im Rahmen eines Beschäftigungsverhältnisses, entscheiden sich viele Migranten für den Weg in die Selbständigkeit und empfinden meist weniger Abneigung gegen die damit verbundenen Risiken. Im Gegensatz dazu entscheiden sich vergleichsweise wenige Einheimische für diesen Weg, da sie am Arbeitsmarkt häufig besser bezahlte Jobs annehmen können. Die Migranten ihrerseits haben mangels entsprechender Möglichkeiten am Stellenmarkt jedoch beispielsweise als selbständige Taxifahrer oder Geschäftsinhaber, vergleichsweise bessere Verdienstmöglichkeiten, obwohl sie zugleich hohe Leistungsbereitschaft und lange Arbeitszeiten auf sich nehmen müssen.[133]
Die Entscheidung vieler Migranten, eine selbständige Tätigkeit aufzunehmen, beinhaltet ebenso psychologische Faktoren. In der soziologischen Literatur, findet man unter anderem bei *Mills* eine Charakterisierung der zugewanderten Geschäftsreibenden, wobei er davon spricht, dass diese Unternehmer, das Bedürfnis nach Unabhängigkeit und Autonomie verspüren.[134]

Verschiedene Autoren beschreiben in diesem Zusammenhang, dass die Entscheidung das eigene Zuhause zu verlassen, um ein Leben in einem neuen Land zu beginnen, ein selektiver Prozess sei. Jene Menschen, die sich für die Migration entscheiden, scheinen daher für Risiken besser geeignet und darauf besser vorbereitet zu sein als jene, die zu

---

[132] Vgl. Blaschke et al. (1990), S. 105
[133] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 32
[134] Vgl. ebitda

Hause geblieben sind. Ebendiese Eigenschaften seien es, die in der Aufnahmegesellschaft einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der einheimischen Bevölkerung bilden.[135]

- Mobilisierung von Ressourcen

Die Zuwanderergruppen verfügen über ein gewisses Kapital, welches innerhalb ihrer ethnischen Gruppe vorhanden ist und aus kulturellem, sozialem und ökonomischem Kapital besteht. Die Mobilisierung dieser Ressourcen ist dabei Voraussetzung für den Erfolg eines von Migranten betriebenen Unternehmens. Dabei stehen den Migranten innerhalb der sozialen Strukturen ihrer Gruppe, zwei Netzwerkarten zur Verfügung: 1) Netzwerke bestehend aus Verwandschafts- und Freundschaftsbeziehungen, um die herum ethnische Communities entstehen und 2) die Verflechtung dieser Netzwerke mit Positionen in der Wirtschaft (Arbeitsplätzen), im räumlichen Zusammenhang (z.B. Wohnungsbeschaffung) und in der Zivilgesellschaft (Institutionen).[136]

Da es innerhalb der Verwandschafts- und Freundschafsnetzwerke zu Wanderungen kommt, entwickelt sich somit innerhalb der ethnischen Gruppen ein System, das durch gegenseitige Information und Unterstützung der Mitglieder geprägt ist. Mit dem Austausch innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe, wird das Gefühl der Zugehörigkeit zu dieser gestärkt. Trotz eines gewissen Grades an Unterdrückung und Angreifbarkeit, mit dem Migranten konfrontiert werden, können sie sich auf Beziehungen innerhalb ihrer ethnischen Gruppe stützen, die von gegenseitiger Unterstützung geprägt sind und die ihnen helfen, den Schwierigkeiten in ihrem Umfeld zu begegnen.

Für die Gründung und auch den Fortbestand ethnischer Unternehmen, ist es im Sinne der Ressourcenmobilisierung wichtig, auf starke Beziehungen zur Verwandtschaft und den eigenen Landsleuten, zurückgreifen zu können. Derartige starke Bindungen scheinen für zugewanderte Geschäftsinhaber besonders wichtig zu sein, da diese ihre Selbständigkeit mit wenigen Ressourcen und ohne einen allgemeinen Zugang zu Kreditmitteln und technischer Unterstützung, in Angriff nehmen müssen.[137]

Die engen Bindungen innerhalb der Netzwerke, die von Vertrautheit und gegenseitiger sozialer Kontrolle geprägt sind, stellen auch die Voraussetzung für eine Kreditgewährung innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe dar. Dadurch bekommen viele zugewanderte Unternehmer die Möglichkeit, an Startkapital zu gelangen, welche außerhalb der eigenen ethnischen Gruppe, meist nicht vorhanden ist. Dabei können Migranten, die Zugang zu und enge Kontakte innerhalb der ethnischen Gemeinde pflegen, auf Unterstützung in vielerlei Hinsicht zurückgreifen – sei es bei der Beschaffung von Kapital, Geschäftsausstattung, Personal oder gar beim Aufbau geschäftlicher Beziehungen. Häufig sind Mitglieder der

[135] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 32 zitiert nach Chiswick (1978)
[136] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 35
[137] Vgl. ebitda

eigenen ethnischen Gruppe auch Geschäftspartner und/oder in vielen Fällen auch Kunden.[138]

Light beschreibt außerdem, dass ethnische Unternehmen besonders dann für die eigene ethnische Gruppe von Bedeutung sind, wenn sie Arbeitsplätze für ihre Landsleute bereitstellen (können). Sie dienen außerdem als wichtiger Bezugspunkt für die Beschäftigung von neu zugewanderten Personen, die mangels Qualifikationen, außerhalb der eigenen Community kaum Jobchancen wahrnehmen können.[139]
Werden Elemente wie ethnische Gemeinsamkeit und Loyalität innerhalb eines Unternehmens zu stark hervorgehoben, so dass sie sich zum unternehmerischen Credo entwickeln, kann dies jedoch den Zugang zum offenen Markt erschweren und damit Wachstumschancen für das Unternehmen verhindern.
Schlussendlich ist noch anzumerken, dass einige Länder, Migranten bzw. ethnischen Minderheiten, ökonomische Unterstützung und Förderungen gewähren. Der Umfang derartiger Leistungen, variiert jedoch von Land zu Land. Mittlerweile bestehen solche speziellen Förderprogramme zur Unterstützung der Selbständigkeit von Migranten, in zahlreichen europäischen Ländern.[140]

4.3.5.3 Ethnische Strategien

Ethnische Strategien als Möglichkeit zur Lösung spezifischer Probleme, werden entscheidend von der Art und Weise beeinflusst, die ethnische Unternehmer zur Umsetzung, der ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen, heranziehen. In diesem Zusammenhang sind auch die Eigenschaften der jeweiligen Gruppen, von besonderer Bedeutung.
In „Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies" von *Waldinger et al.,* wird von sieben Problemfeldern ausgegangen, denen ethnische Unternehmer im Rahmen der Unternehmensgründung und –führung begegnen (können). Dabei stehen alle (angehenden) Unternehmensgründer – unabhängig von ihrer Abstammung – zunächst vor ähnlichen Schwierigkeiten, die es zu lösen gilt: es sind rechtliche und bürokratische Hindernisse, die Beschaffung des Startkapitals, die Suche nach geeignetem Personal und nach Geschäftspartnern und natürlich in weiterer Folge das Herbeiführen von Aufträgen und die Kundengewinnung. Ethnische Unternehmer haben häufig zusätzliche Hürden zu meistern – viele haben mit mangelnden Sprachkenntnissen zu kämpfen oder kennen sich mit dem Rechtssystem und der Gesetzeslage des Aufnahmelandes zu wenig aus etc. Wie schon

[138] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 33f
[139] Vgl. Light (1987), S. 203f
[140] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 34

weiter oben angesprochen, haben sie jedoch die Möglichkeit, jene Ressourcen in Anspruch zu nehmen, die ihnen seitens ihrer ethnischen Community, zur Verfügung gestellt werden.[141]

Ethnische Unternehmer sehen sich grundsätzlich folgenden Problembereichen gegenüber:[142]

- Das Problem der Informationsbeschaffung: Informationen bezieht man üblicherweise über die eigenen ethnischen Netzwerke und diverse indirekte Beziehungen, die mit der eigenen ethnischen Community in Verbindung stehen. Die Netzwerkstrukturen unterscheiden sich dabei je nach den Eigenschaften der jeweiligen Gruppen. Manche Gruppen bestehen aus streng hierarchisch organisierten Familienstrukturen und sind durch klare Regelungen hinsichtlich Loyalität und Pflichtgefühl gekennzeichnet, während andere, eher diffus organisierte Strukturen aufweisen. Der Informationsbezug kann außerdem über Verbände und Vereine bzw. in manchen Gruppen auch über eigene ethnische Medien erfolgen.
- Das Problem der Kapitalbeschaffung: Die meisten Unternehmer – mit oder ohne Migrationshintergrund – greifen bei der Kapitalbeschaffung auf eigene Ersparnisse bzw. die Hilfe der Familie zurück. Darüber hinaus gibt es bei einzelnen ethnischen Gruppen die Möglichkeit, innerhalb der ethnischen Community Geldmittel in Form von Krediten zu bekommen, die im Rahmen eigens geschaffener Kreditvergabemodelle, gewährt werden können. Außerhalb der eigenen Community sind die Chancen der Geldbeschaffung durch Migranten eher gering – zumindest lehnen die meisten Banken eine Kreditgewährung an Zuwanderer ab.[143]
- Qualifikationen und Fähigkeiten betreffende Probleme: Die Qualifikationen werden meist im Rahmen von „training on the job“ erarbeitet und zwar in vielen Fällen während der Beschäftigungsdauer des zukünftigen Unternehmers in einem Familienunternehmen oder einem anderen ethnischen Betrieb. Eine starke Einbindung in die eigene Community inklusive der dazugehörenden Beziehungen und Kontakte, erlaubt es einem Migranten, in verschiedenen ethnischen Unternehmen zu arbeiten und sich damit unterschiedliche Kenntnisse und Fertigkeiten anzueignen.[144]
- Das Problem der Personalbeschaffung: Die meisten kleinen ethnischen Unternehmen sind bei der Arbeitskräftebeschaffung auf ihre Familienmitglieder bzw. Landsleute angewiesen. Diese Arbeitskräfte werden meist schlecht und in manchen Fällen gar nicht bezahlt, müssen jedoch häufig lange Arbeitszeiten in Kauf nehmen. Häufig nehmen die Unternehmer, in Gegenzug für die Nutzung der Loyalität und Ausdauer

---

[141] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 34f; vgl. Waldinger et al. (1990), S. 46f
[142] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 46f; Details siehe auch Boissevain et al. (1990), S.131-156
[143] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 46; vgl. Waldinger et al. (1990), S. 69; vgl. Boissevain et al. (1990), S. 137ff
[144] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 46

ihrer Arbeiter zum eigenen Vorteil, gegenüber diesen Menschen gewisse (nicht monetäre) Verpflichtungen auf sich.[145]

- Probleme im Rahmen der Kunden- und Lieferantenbeziehungen: Kunden und Lieferanten spielen in jedem Unternehmen eine wichtige Rolle, für die ethnischen Unternehmen sind loyale Kunden bzw. Lieferanten jedoch besonders deshalb wichtig, da sie dazu beitragen, den hohen Unsicherheitsgrad in diesem Bereich zumindest teilweise auszugleichen und damit die Gefahr von Misserfolgen zu reduzieren.
- Probleme im Zusammenhang mit dem harten Wettbewerb: Der starke Wettbewerb, der innerhalb von ethnischen Unternehmen besetzten Nischen herrscht, ist meistens durch folgende Gegebenheiten gekennzeichnet: Selbstausbeutung bzw. Selbstaufopferung, Expansion durch Eröffnung neuer Geschäfte oder Erweiterung der Palette, Gründung und Unterstützung von Interessenvertretungen für die ethnischen Unternehmen sowie durch die Festigung der Beziehungen zu anderen Familien (und damit die Festigung der Strukturen innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe), beispielsweise durch eine Heirat.[146]
- Probleme im Zusammenhang mit politischen Attacken: Ethnische Unternehmer bedürfen häufig eines besonderen Schutzes, da sie als Symbol einer Migrantengesellschaft, häufiger politischen oder öffentlichen Attacken ausgesetzt sind.[147] Die eigene ethnische Community, dient dabei für die Mitglieder häufig als Stütze, die es einem trotz Diskriminierungen möglich macht, zu bestehen. Ethnische Unternehmer sind in der Lage, die Schwierigkeiten im Rahmen der Unternehmensgründung und –führung zu überwinden, indem sie auf Ressourcen der eigenen Community zurückgreifen, damit werden also spezifische ethnische Strategien entwickelt.[148]

4.3.5.4 Kritik am Interaktionsmodell

Obwohl das Interaktionsmodell für die Erforschung der ethnischen Ökonomien sehr wichtig ist und im Rahmen vieler wissenschaftlichen Untersuchungen als forschungsleitend herangezogen wurde, ist es ebenso starker Kritik ausgesetzt.

Bonacich kritisiert insbesondere die Annahme des Modells, dass ein Marktgleichgewicht zwischen Angebots- und Nachfragefaktoren bestehe, denn eine solche lasse all jene Fälle außer Betracht, in welchen ein solches Gleichgewicht nicht gegeben sei. *Bonacich* hält außerdem fest, dass ethnische Unternehmen auch Funktionen übernehmen (können), die den Interessen der jeweiligen Aufnahmegesellschaft entgegenkommen. So wird kritisch

[145] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 47
[146] Vgl. ebitda
[147] Aktuelles Bsp. ist eine Attacke gegen den Präsidenten des Vereins der afrikanischen Minderheit in Österreich.
[148] Vgl. Waldinger et al. (1990), S. 47

festgehalten, dass große einheimische Unternehmen, häufig Teile ihrer Produktion eben an ethnische Unternehmen outsourcen, womit diese als Subunternehmen fungieren. Die Gründe dafür – so *Bonacich* –, seien vor allem die vergleichsweise schlechten Arbeitsbedingungen, die man in dieser Form, lediglich den Mitgliedern einer ethnischen Gruppe zur Verfügung stellen kann. Diese sind unter anderem gekennzeichnet durch niedrige Löhne, keine gewerkschaftliche Organisation, lange Arbeitszeiten oder gar unbezahlte Arbeitsleistung seitens der Familienmitglieder oder der Verwandtschaft. Dies biete den einheimischen Großunternehmen die Möglichkeit, „ethnische Arbeitskräfte“ für eigene Zwecke auszubeuten, was in dieser Form bei eigener Produktion, nicht möglich wäre.[149]

Am Middleman Minority-Ansatz und am Interaktionsansatz wird außerdem häufig kritisiert, dass ihnen Voraussetzungen bzw. Gegebenheiten zu Grunde gelegt werden, die jedenfalls zu hinterfragen sind. So werden das Vorhandensein spezifischer Kulturen und der ethnische Charakter von Gruppen in beiden Modellen als gegeben angesehen und nicht weiter hinterfragt. Die Zugehörigkeit zu einer ethnischen Gemeinschaft wird hierbei als statisch und eindeutig betrachtet, man hinterfragt die Homogenität der ethnischen Gruppe nicht und nimmt an, die Grenzen der Ethnie seien klar feststellbar. Darüber hinaus wird nicht darauf eingegangen, ob die Markmale, die ethnischen Unternehmen zugeschrieben werden, nicht auch bei anderen Kleinunternehmen, vorzufinden sind. Außerdem beschränkt sich die Betrachtung auf Kleinunternehmen, wodurch indirekt unterstellt wird, dass ethnische Unternehmen lediglich in diesem Bereich vorzufinden sind.[150]

Zu den heftigsten Kritikern des Interaktionsmodells, gehören *Light* und *Rosenstein.* Laut *Light* wird im interaktiven Modell, die „ethnische Natur“ zu stark betont. So nehmen *Waldinger et al.* an, dass wirtschaftliche Aktivitäten ethnischer Gruppen überwiegend von Natur aus ethnisch bestimmt seien. Ebendiese „ethnische Natur“ als ein Faktum zu sehen, ist laut *Light* und *Rosenstein,* jedoch nicht der richtige Ansatz. Im Zusammenhang damit wird ebenfalls kritisiert, dass beim Interaktionsansatz nicht darauf eingegangen wird, worin die Unterschiede zwischen ethnischen und anderen Unternehmen liegen. Des Weiteren wird kritisch angemerkt, dass das Interaktionsmodell mehr eine Klassifizierung als ein erklärendes Modell sei und durch zwei wichtige Einschränkungen gekennzeichnet ist.

So können 1) kausale Zusammenhänge nicht identifiziert werden, da sich diese auf Symptome beziehen und 2) müsste der Ansatz bei jeder neuen Erkenntnis, einer erneuten Bewertung unterzogen werden.[151]

Am interaktiven Modell wird weiters kritisiert, dass es nicht darauf eingeht, ob die ethnischen Kleinunternehmen je untergehen oder gar expandieren. Studien, die sich dieses Ansatzes

---

[149] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 36 zitiert nach Bonacich (1993)
[150] Vgl. Schmidt (2000), S. 340
[151] Vgl. Haberfellner et al. (2000), S. 36f zitiert nach Light/Rosenstein (1995)

bedienen, zeigen häufig ein Bild der ethnischen Ökonomie, das von kleinen Familienunternehmen geprägt ist, die von der Nachbarschaft besucht werden und die als „open all hours corner shops“, charakterisiert bzw. bezeichnet werden können. Eine zweite Ausprägung der ethnischen Unternehmen, die in diesen Untersuchungen anzutreffen ist, sind „Sweatshops“ im Stil des 19. Jahrhunderts, in welchen unter ausbeuterischen Bedingungen, genäht wird. Wie jedoch eine Reihe weiterer Untersuchungen zeigt, decken diese beiden Bilder, nur einen Teil der Realität ab.[152]

4.4 Ethnische Unternehmen in Österreich und Wien

Im folgenden Kapitel wird kurz auf die Unternehmertätigkeit ethnischer Gruppen in Österreich bzw. in Wien eingegangen. In diesem Zusammenhang gilt es festzuhalten wie hoch der Anteil der ethnischen Unternehmen in Österreich bzw. Wien ist und auch wie die Branchenverteilung für diese Unternehmen aussieht. Von besonderer Relevanz ist dabei die unternehmerische Selbständigkeit von Menschen mit ex-jugoslawischer Abstammung.
Bevor jedoch konkret auf Zahlen und Fakten eingegangen wird, soll zunächst kurz erklärt werden, warum auch Segregation durchaus positive Auswirkungen auf die Entstehung ethnischen Unternehmertums haben kann.

4.4.1 Positive Wirkung von Segregation auf unternehmerische Tätigkeit

Im Zusammenhang mit dem Unternehmertum ethnischer Bevölkerungsgruppen scheint auch die bereits genannte Segregation eine wichtige Rolle zu spielen. Die Segregation wird sowohl im Zusammenhang mit der Stadtentwicklung als auch mit der Integration einer Bewertung unterzogen, insbesondere wenn es um das Verständnis von Gesellschaft und Stadt geht.
Viele Autoren führen in diesem Zusammenhang an, dass segregierte Gebiete für die Gruppenmitglieder insgesamt positiv unterstützende Wirkung haben. Dabei nehmen vor allem ethnische Infrastrukturen und Netzwerke – wie z.B. Glaubenseinrichtungen, Cafés und Geschäfte – eine besonders wichtige Rolle ein. Die Etablierung und Aufrechterhaltung dieser wird erst überhaupt durch die Konzentration ethnischer Gruppen erleichtert bzw. ermöglicht. Darüber hinaus fördern derartige Netzwerke die Etablierung des ethnischen Unternehmertums, da sie erstens das notwendige geschäftliche und behördliche Know-How innerhalb der jeweiligen Zuwanderergruppe zur Verfügung stellen und zweitens auch die Rekrutierung von Arbeitskräften erleichtern. Die Netzwerke ermöglichen den ethnischen Unternehmern, innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe oder gar der eigenen Familie, schnell loyale und flexible Arbeitnehmer zu finden. Wie wir schon im Rahmen der

[152] Vgl. Schmidt (2000), S. 340

theoretischen Ausführungen zur ethnischen Ökonomie gesehen haben, spielen ethnische Unternehmer für die Mitglieder der eigenen ethnischen Gruppe vor allem bei schlechten Bedingungen auf dem Arbeitsmarkt eine wichtige Rolle, da sie diesen die Möglichkeit zum sozialen und beruflichen Aufstieg bieten können. Die Unternehmer ihrerseits profitieren durch die Konzentration der eigenen ethnischen Gruppe insofern, da sie auf einen verlässlichen Kundenstock zurückgreifen können und diese Konzentration über das solidarische Einkaufsverhalten der Kunden auch die Grundlage für eine lokale ethnische Ökonomie bildet. Nichtsdestotrotz muss kritisch angemerkt werden, dass diesen Vorteilen der Segregation durchaus auch Nachteile gegenüberstehen.[153]
Da die Nachteile in diesem Zusammenhang nicht von Bedeutung sind, wird hier jedoch nicht näher darauf eingegangen.

4.4.2 Ethnische Unternehmen in Wien – Anzahl, Branchenverteilung und Herkunft

Die selbständige Erwerbstätigkeit von Personen mit Migrationshintergrund, ist seit Ende der 1990er Jahre, Gegenstand der Forschung in Österreich. Die bis dato durchgeführten Untersuchungen verdeutlichen, dass sich heute die Gründungsmotive der Migranten mit jenen der anderen Gründer zum Großteil decken. Dabei wird vorwiegend der Wunsch nach Selbstverwirklichung verfolgt. Das Leben in die eigene Hand zu nehmen und darüber hinaus eine ökonomische Grundlage für die Familie bzw. die nachfolgenden Generationen aufzubauen, zählen damit zu den primären Gründungsmotiven.[154] So kam eine in Wien durchgeführte Untersuchung zum Ergebnis, dass das Streben nach Unabhängigkeit – sprich die Aussicht „sein eigener Chef zu sein" –, für zwei Drittel der befragten Unternehmer mit Migrationshintergrund, das vorherrschende Motiv im Rahmen der Unternehmensgründung war. Lediglich für 7% der befragten Frauen und 13% der Männer, war die schwierige Situation am Arbeitsmarkt ausschlaggebend.[155]
Während der Zeit der Arbeitsmigration (seit den 1960er Jahren), stand jedoch die unselbständige Beschäftigung für die Migranten im Vordergrund. Aufgrund der Tatsache, dass viele von ihnen, bedingt durch den verstärkten wirtschaftlichen und beruflichen Strukturwandel seit den 1980er Jahren, ihren Arbeitsplatz verloren hatten, änderte sich jedoch auch ihre Erwerbssituation. Viele der Arbeitsmigranten hatten zu diesem Zeitpunkt bereits Bleiberechte in Österreich erworben, sahen sich gleichzeitig aber der Schwierigkeit gegenüber, einen passenden Arbeitsplatz zu finden. Damit stellte der Weg in die Selbständigkeit in dieser Zeit, für viele Migranten wie auch für die Inländer, eine

[153] Vgl. Giffinger/Wimmer (2002), S. 211ff
[154] Vgl. Haberfellner (2009), o.S.
[155] Vgl. Hochhauser (2009), o.S.

Überlebensstrategie dar. Dabei zeichnete sich ab, dass insbesondere in jenen Branchen, die hohe Arbeitslosenquoten verzeichneten, der Anteil an Selbständigen besonders hoch war.[156]

Mittlerweile entscheiden sich immer mehr Migranten in Österreich, für den Weg in die Selbständigkeit, wobei der steigende Trend hierzulande, in den späten 80ern einsetzte und in den 90ern an Dynamik gewann.[157]
Im Jahr 2009 lag der Anteil an selbständig Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund mit 10% unter dem Anteil innerhalb der österreichischen Bevölkerung (14%). Ohne Berücksichtigung der Landwirtschaft, in der der Zuwandereranteil sehr gering ist (bei Ex-Jugoslawen liegt dieser bei nur 0,2%), ist jedoch feststellbar, dass die Selbständigenquote bei Migranten knapp über jener der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund liegt. Zuwanderer aus dem Nahen Osten, den alten EU-EFTA Ländern, aus Amerika/Ozeanien sowie aus Afrika, sind häufiger selbständig als Österreicher. Die Selbständigkeit ist jedoch besonders unter den Zuwanderern aus dem ehemaligen Jugoslawien (mit nur 3,5%) und der Türkei (mit 6,1%) selten.[158] Dies ist auch in der folgenden Tabelle ersichtlich:

		Unselbstständige					Selbstständige		
	Erwerbs-tätige insgesamt	Insgesamt	Arbeiter	Angestellte	Beamte, Vertrags-bedienst.	Freie Dienst-nehmer	Insgesamt	Außerhalb der Land-wirtschaft	In der Landwirt-schaft
Migrationshintergrund	in 1.000	in % aller Erwerbstätigen gleichen Migrationshintergrunds							
Insgesamt	4.077,7	86,6%	27,3%	47,0%	11,0%	1,3%	13,4%	8,9%	4,4%
Kein Migrationshintergrund	3.386,9	85,9%	23,5%	48,6%	12,5%	1,3%	14,1%	8,9%	5,3%
Mit Migrationshintergrund	690,8	90,4%	46,1%	39,0%	3,8%	1,4%	9,6%	9,3%	(0,3%)
EU/EWR/Schweiz	241,1	85,0%	24,6%	51,9%	6,5%	(2,0%)	15,0%	14,4%	(0,6%)
Ehem. Jugoslawien (o. Slow.)	251,9	96,5%	63,1%	30,5%	(2,1%)	(0,7%)	3,5%	3,4%	(0,2%)
Türkei	95,7	93,9%	65,3%	26,2%	(1,8%)	(0,7%)	(6,1%)	(6,0%)	(0,1%)
Sonstige Staaten	102,1	84,7%	37,1%	41,6%	(3,4%)	(2,6%)	15,3%	15,2%	(0,1%)

Q.: STATISTIK AUSTRIA, Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 2009, Jahresdurchschnitt über alle Wochen. – Bevölkerung in Privathaushalten. – ( ) Werte mit weniger als hochgerechnet 6.000 Personen sind sehr stark zufallsbehaftet und statistisch kaum interpretierbar.

Tabelle 4: Berufliche Stellung der Erwerbstätigen 2009 nach Migrationshintergrund
Quelle: o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 53

Mittlerweile weist jeder dritte Betrieb in Wien einen migrantischen Hintergrund auf, was laut Wirtschaftskammer 16.000 Einzelunternehmern allein in der Hauptstadt entspricht. Österreichweit zählt man 57.100 Migranten, die sich für eine selbstständige Tätigkeit entschieden haben. Obwohl ein Großteil der Unternehmen, die von Zuwanderern und ihren

[156] Vgl. Biffl (2009), o.S.
[157] Vgl. Biffl (2009), o.S.
[158] Vgl. o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 52f

Nachkommen gegründet wurden, auch heute noch aus Ein-Personen-Betrieben besteht, beschäftigen diese Unternehmen allein in Wien, rund 5.000 Arbeitnehmer.

Seit den frühen 80er Jahren, hat sich im Bereich der ethnischen Unternehmen vieles verändert, Insbesondere sind Ausbildung und professionelles Auftreten auch bei diesen Unternehmern wichtiger geworden und auch die Zielgruppen dieser Betriebe haben sich in vielen Fällen erweitert. *Sami Akpinar* – ethnischer Beauftragter der Wirtschaftskammer Wien – betont, dass das Angebot der ethnischen Unternehmer, vielfältiger geworden ist. Während vor einigen Jahren je nach Nationalität der Unternehmer, eine klare Branchenverteilung beobachtbar war, ist dies heute nicht mehr der Fall. So waren früher neun von zehn Unternehmern polnischer Herkunft im Gewerbe und Handwerk tätig, die Gründer aus der ehemaligen Tschechoslowakei und den Nachfolgestaaten konzentrierten sich zusätzlich dazu, auf den Bereich Information und Consulting. Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien, waren vorwiegend im Transport- und Verkehrswesen tätig, während sich jeder zweite türkischstämmige Unternehmer, auf den Handel konzentrierte. Heute sieht die Situation etwas anders aus: Rund 40% der ethnischen Unternehmer sind laut Statistik Austria, im Handel- und Reparaturgewerbe und in den Bereichen Verkehr, Nachrichtenübermittlung sowie persönliche Dienstleistungen tätig. Die Anteile dieser Unternehmen, liegen in den genannten Bereichen, deutlich über jenen der einheimischen Unternehmer.[159]
Generell betrachtet, sind die multikulturellen Unternehmen äußerst vielfältig, so dass die Liste vom „Callshop bis zum Reisebüro, vom Sprachzentrum bis zum Restaurant oder von der Modeboutique bis zum IT-Spezialisten“ reicht.[160]

Folgende Abbildung gibt einen Überblick über die Selbständigenquoten je nach Migrationshintergrund und Geschlecht.

[159] Vgl. Leitner (2010), o.S.
[160] Leitner (2010), o.S.

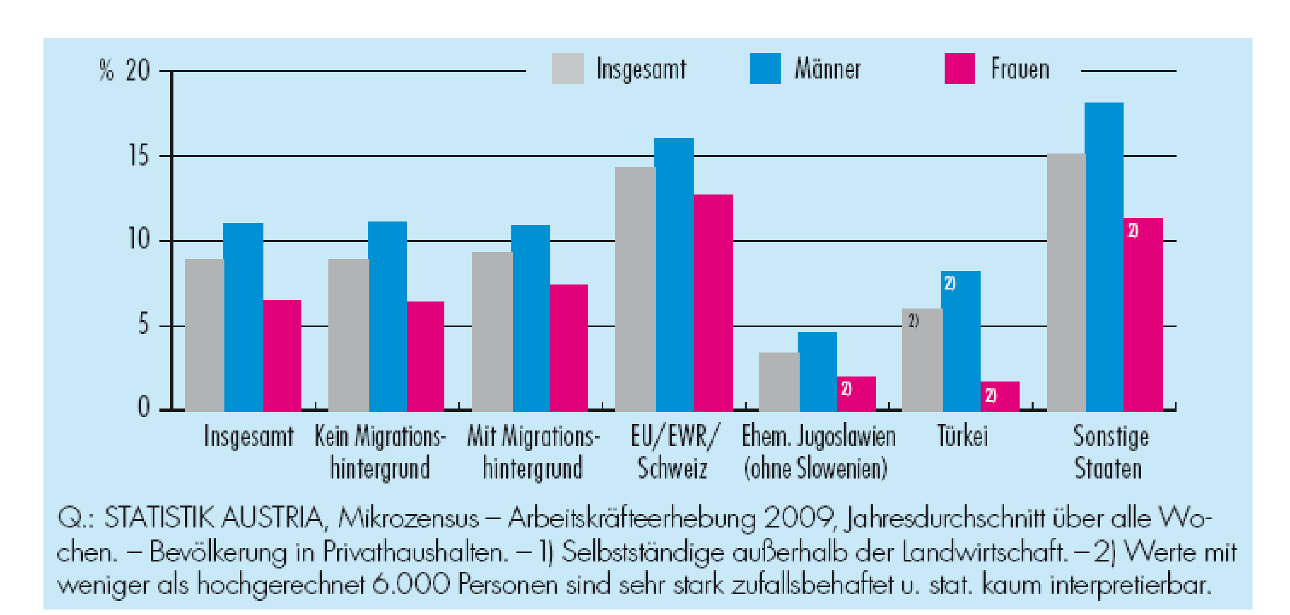


Abbildung 3: Selbständigenquoten 2009 nach Migrationshintergrund und Geschlecht
Quelle: o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010), S. 53

Wie aus der obigen Abbildung ersichtlich ist, sind die Anteile an selbständigen Frauen sowohl bei Unternehmen ohne, als auch jenen mit Migrationshintergrund, deutlich niedriger als jene der männlichen Selbständigen.

5. Musikwirtschaft

Nachdem im vorigen Kapitel auf die Theorie der ethnischen Ökonomie im Detail eingegangen wurde, widmet sich dieses Kapitel den theoretischen Ausführungen zum Bereich der Musikwirtschaft sowie den Besonderheiten des Livemusik-Sektors und der Clubkultur. Damit soll neben der ethnischen Ökonomie, eine weitere theoretische Basis für die, im Rahmen der vorliegenden Arbeit zu untersuchenden Fragestellungen, behandelt werden. Nachdem in diesem Kapitel einige grundlegende, allgemeine Erläuterungen zur Musikwirtschaft behandelt werden, wird ein allgemeiner, kurzer Überblick über die Struktur bzw. einzelne Bereiche der Musikwirtschaft gegeben, um dem Leser eine Eingliederung des hier betrachteten Bereichs in die Musikwirtschaft zu ermöglichen. Anschließend erfolgt ein theoretischer Einblick in die Live-Veranstaltungen populärer Musik, der sich neben kurzer geschichtlicher Einführung, besonders den Veranstaltungsformen des Livemusik-Bereichs und der möglichen Typisierung solcher, widmet. Da im Rahmen des Live-Bereichs außerdem die Frage nach dem Standort eine wichtige und besonders interessante zu sein scheint, soll auch auf dieses Themengebiet, theoretisch etwas näher eingegangen werden.

5.1 Struktur der Musikwirtschaft

Nach *Brodbeck/Hummel* befasst sich der Kernbereich der Musikwirtschaft „ausschließlich mit der Produktion, Verwertung, Darbietung und Verteilung von Musik in irgendeiner Form“. In einem weit reichenden Verständnis bzw. einer weitreichenden Definition, umfasst die Musikwirtschaft außerdem alle privaten und öffentlichen Bereiche, die in irgendeiner Form „musikrelevant“ sind.[161]

Folgende Abbildung gibt einen Überblick über die Bereiche der Musikwirtschaft und ihre Verflechtungen nach *Brodbeck*. Bei diesem Modell handelt es sich um ein „altes“ Modell der Musikwirtschaft. Das in weiterer Folge vorgestellte Modell von *Schneider/Weinacht* ist das aktuellere der beiden Modelle.

[161] Vgl. Brodbeck/Hummel (1991), S. 2*

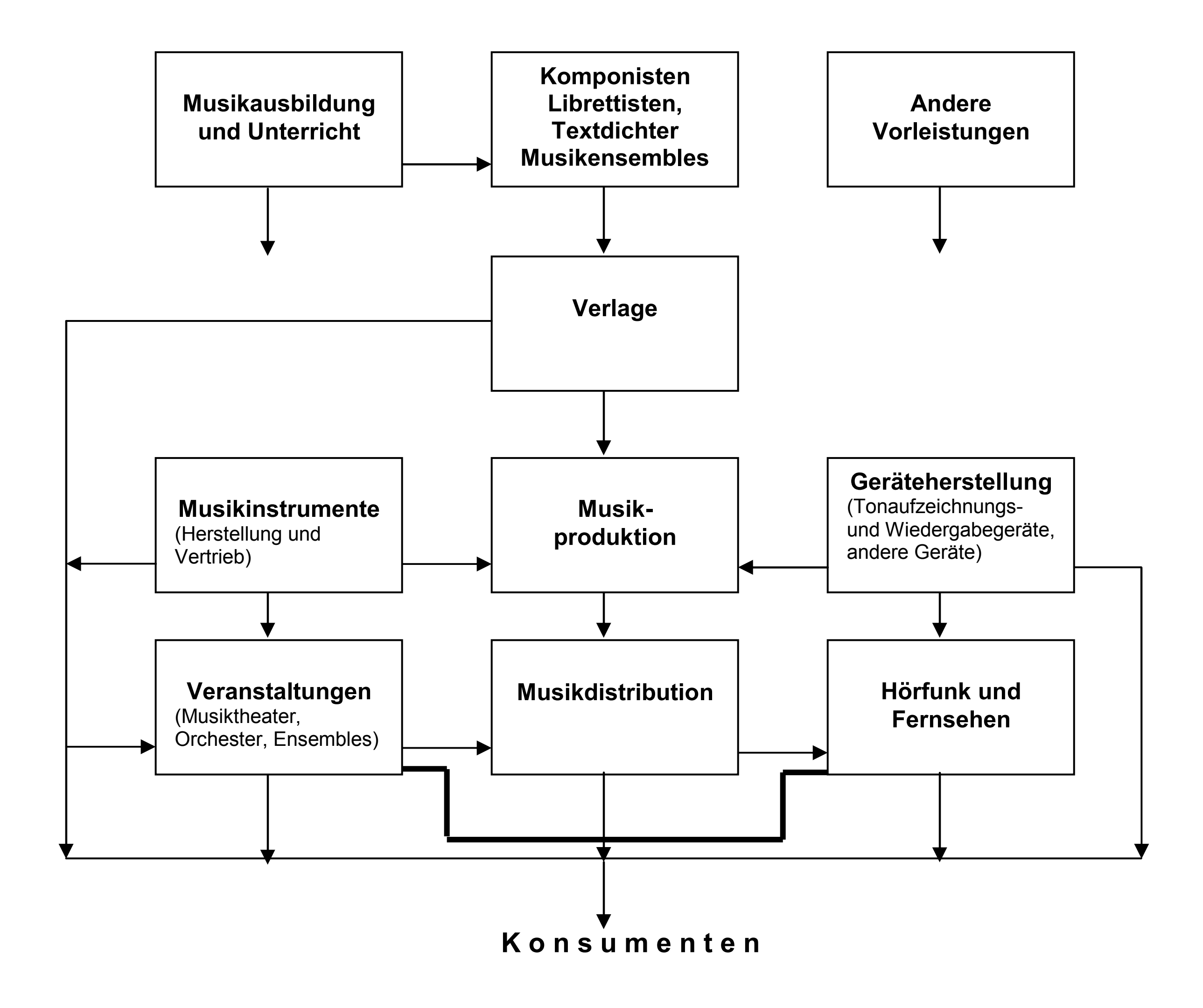


Abbildung 4: Struktur der Musikwirtschaft
Quelle: In Anlehnung an Brodbeck et al. (1991), S. 3*

Schneider/Weinacht beziehen sich bei der Aufstellung der Systematik von Akteuren am Musikmarkt, einerseits auf das „Loosley Coupled Systems Model" von *Burnett* und andererseits auf die „sektorale Schematisierung des Erzeugungsprozesses in der Musikwirtschaft" nach *Schulze.* Dabei werden im Modell von *Burnett* ästhetische und materielle Musikproduktion, die eng miteinander verbunden sind sowie der Konsum, der kaum an die Produktion geknüpft ist, als Teilbereiche der Musikwirtschaft unterschieden. *Schulze* hingegen, unterstreicht in seiner sektoralen Schematisierung, die Rolle der Medien neben anderen operativ-taktischen Vermarktungsinstrumenten.[162]

Die Systematik der Akteure am Musikmarkt, kann in diesem Sinne folgendermaßen dargestellt werden:

[162] Vgl. Schneider/Weinacht (2007), S. 8f

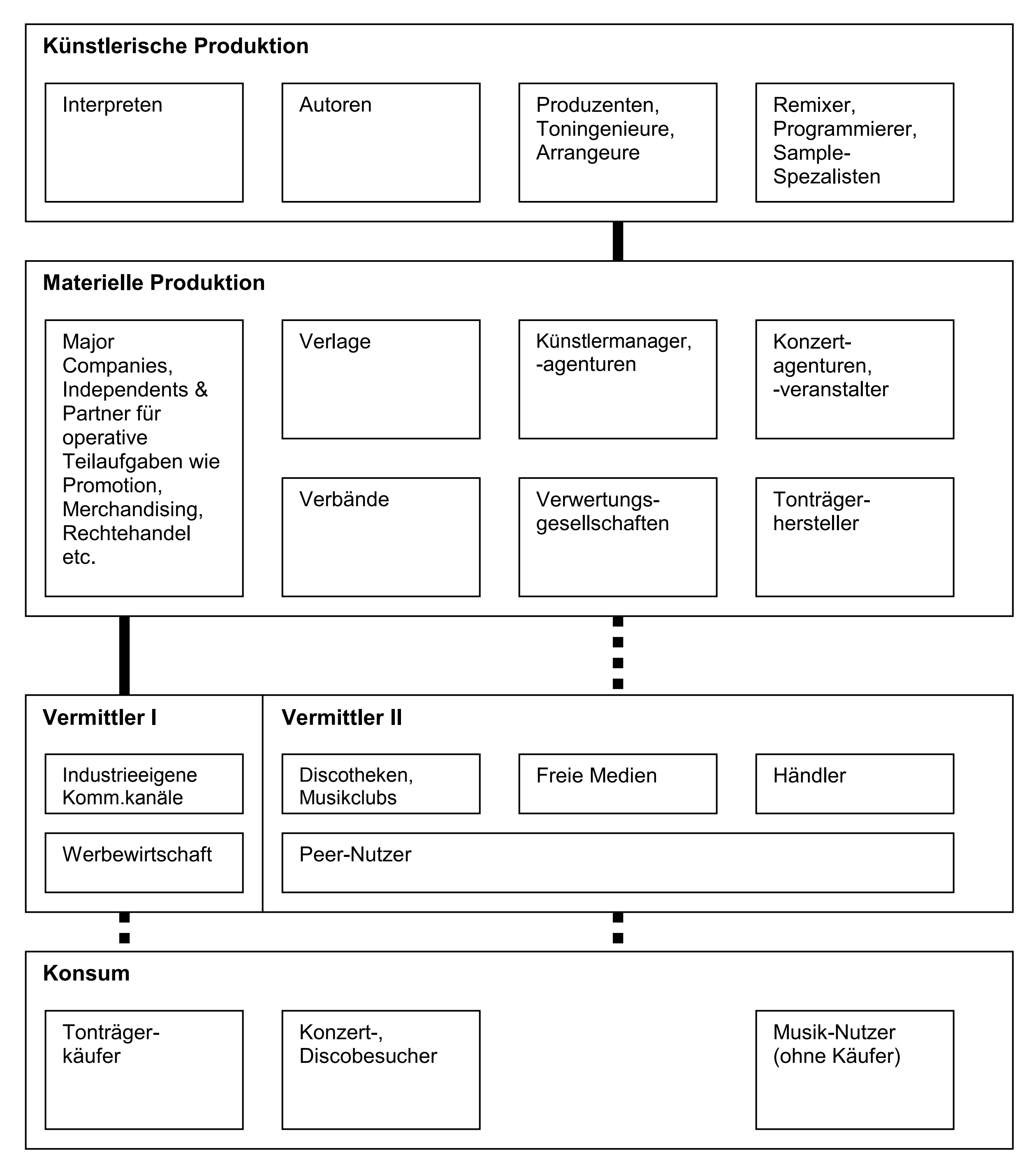


Abbildung 5: Akteure am Musikmarkt
Quelle: Schneider/Weinacht (2007), S. 11 nach Weinacht & Seegel (2006), S. 279

Für die vorliegende Arbeit sind in Anlehnung an diese Systematik, einerseits die Konzertagenturen bzw. –veranstalter und andererseits Diskotheken und Musikclubs von Interesse.

5.2 Subkultur und Clubkultur

Die lebendige ex-jugoslawische Nacht-Clubkultur in Wien, ist ein wesentlicher Bereich des Livemusik-Sektors und daher von besonderer Relevanz für diese Arbeit. Aus diesem Grund werden an dieser Stelle, einige grundlegende Begrifflichkeiten zum Thema Clubkultur behandelt, bevor in weiterer Folge, auf den Bereich der Live-Veranstaltungen, näher eingegangen wird.

Seit den 1990er Jahren vermischen sich zunehmend die Grenzen zwischen Sub- und Populärkultur, wobei der Club für die Subkultur einen Ort darstellt, an dem sich Gleichgesinnte treffen.
Der Begriff „Subkultur“ stammt aus dem Lateinischen und kann mit „Unter-Kultur“ übersetzt werden. „Als Subkultur wird eine in sich geschlossene gesellschaftliche Teilkultur verstanden, die sich in ihren Institutionen, Werten, Normen, Bedürfnissen, Verhaltensweisen und Symbolen von der gesellschaftlich dominierenden Kultur unterscheidet, aber auch in Klassenlage, Alter, Beruf oder Herkunft.“[163] Das Konzept der Subkulturen wird in der Soziologie unter anderem zur Beschreibung bzw. Erklärung der charakteristischen Eigenschaften und Verhaltensformen gesellschaftlicher Gruppen, Schichten und Rassen genauso wie zur Beschreibung zeitgenössischer Wertorientierungen und Lebensstile verwendet. Der Ursprung des Konzeptes der Subkultur ist auf die 1940er und 1950er Jahre zurückzuführen, als man versuchte, Regelmäßigkeiten im abweichenden Verhalten Jugendlicher nachzuweisen. Grundsätzlich wird angenommen, dass jede Subkultur über einen eigenen Stil verfügt, der sich aus folgenden drei Komponenten zusammensetzt: dem Image (das äußere Erscheinungsbild), der Haltung (körperlicher Ausdruck und Körpersprache) sowie dem Jargon (Slang oder spezifisches Vokabular). Problematisch scheint am Modell der Subkultur, vor allem der rein deskriptive Charakter zu sein, der die Stigmatisierung subkultureller Gruppen fördert. Darüber hinaus wird die Heranziehung der dominierenden Kultur als Maßstab kritisiert, da diese Vorgehensweise eine Unterbewertung aller Kulturen, die von der dominierenden Kultur abweichen, nach sich zieht.[164]

Laut dem Ethnologen *Karsten Reinhardt,* versteht man unter einem Club die Vereinigung von Personen, die gleiche Interessen teilen (diese können von Politik, über Sport und Wissenschaft bis hin zur Musik und Unterhaltung reichen), aber auch den Raum, das Gebäude bzw. Lokalität, die für derartiges Zusammenkommen von Gleichgesinnten genutzt werden. Im Bereich der Gastronomie verwendet man dabei vor allem den Begriff des „Nacht-

[163] o.V. (Uni-Linz, 2011), o.S.
[164] Vgl. o.V. (Uni-Linz, 2011), o.S.

Clubs".[165] Wenn im Rahmen dieser Arbeit von Club gesprochen wird, so ist dieser Begriff dem des Nacht-Clubs gleichzusetzen.

5.3 Live-Veranstaltungen populärer Musik

Da im Rahmen der vorliegenden Arbeit, der Fokus auf den Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik gesetzt wird, werden an dieser Stelle einige Besonderheiten dieses Bereichs dargestellt.

Zahlreiche Ereignisse können als Beispiele bzw. der Beweis für die anhaltende Beliebtheit und das wachsende Interesse an musikalischen Live-Veranstaltungen herangezogen werden.[166] Weltberühmte Bands und Musiker erzielen bei derartigen Events (Konzerten) meist hohe Einnahmen, denn das Interesse bzw. die Teilnahme an ihren Konzerten, ist heute noch meist so hoch, dass die Tickets nicht selten binnen Stunden ausverkauft sind. „Künstler" wie *Lady Gaga* sind aktuell die besten Beispiele für weltweit komplett ausverkaufte Tourneen.

Dies mag etwas verwunderlich sein, in Zeiten der Konservenmusik – der Musik im Radio und Fernsehen, auf Tonträgern und im Internet. Tatsächlich ist die Hördauer von Livemusik im Vergleich zum medial vermittelten Musikkonsum gering. Dennoch sind Live-Events seit jeher untrennbar mit der Musik verbunden und so spielt das Erleben von Musikern und Bands auf Konzert- bzw. Club-Bühnen für die Hörer populärer Musik noch immer eine wichtige Rolle. Häufig sind diese bereit, weite Reisen auf sich zu nehmen oder hohe Preise für Tickets zu bezahlen. Einige Studien in Form von Publikumsbefragungen haben sich seither mit Fragestellungen wie „Wer besucht welche Veranstaltungen?", „Was sind die Gründe für den Besuch?" oder „Welche Funktionen erfüllt das Livemusik-Erlebnis für die Besucher?", beschäftigt.[167]

Da im Rahmen dieser Arbeit die Gründe für den Besuch derartiger Veranstaltungen seitens des Publikums nicht von Interesse sind, wird auf die Ergebnisse dieser Untersuchungen nicht näher eingegangen. Im Folgenden wird neben einem kurzen geschichtlichen Einblick in die Entwicklung der musikalischen Live-Veranstaltungen, lediglich ein Überblick über die wichtigsten Typen von Livemusik-Veranstaltungen gegeben, um in weiterer Folge konkrete Unternehmen bzw. Personen dem Livebereich populärer Balkanmusik in Wien, entsprechend zuordnen zu können.

---

[165] Vgl. Weithaler (2007), S. 23 zitiert nach Reinhardt (1999) und Vogt (2005)
[166] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 83
[167] Vgl. ebitda

5.3.1 Geschichtlicher Einblick und Veranstaltungsformen populärer Musik

Das was wir heute unter populärer Musik verstehen, nahm seinen Anfang im 19. Jahrhundert und steht in enger Verbindung mit tief greifenden sozialgeschichtlichen Veränderungen dieser Zeit. Als im Zuge der Industrialisierung und Urbanisierung eine neue städtische Bevölkerung entstand, zeigten sich zunehmend auch deren Bedürfnisse nach Unterhaltung, Erholung und sozialem Kontakt. Neben den in Wirtshäusern bzw. Kneipen gepflegten Musikvorführungen, die vor allem an die Tradition der Volksmusik anknüpften, entstanden auch neuartige Formen der Musikdarbietung, wobei Tanz- und Unterhaltungsmusik im Zuge der steigenden Musiknachfrage zunehmend professionalisiert wurde. So wurden Orchester und Komponisten im Laufe der Zeit auch außerhalb der eigenen nationalen Grenzen bekannt und unternahmen bereits gegen Ende des 19. Jahrhunderts Tourneen nach Übersee. Die neue populäre Unterhaltungsmusik fand immer mehr Gefallen bei einem breiten Publikum, weshalb neue Aufführungsstätten für diese Musik entstanden, so dass bereits nach 1800 in Wien große Tanzhallen eröffnet wurden.[168]

Im Laufe des 19. Jahrhunderts wurde die Marschmusik zum wichtigen Teil bzw. Genre der populären Musik. Die zunehmende Beliebtheit öffentlicher Militärkonzerte führte zur Gründung von Schulen für diesen Genre und die Militärkapellen spielten immer häufiger bei Paraden und Freiluftkonzerten. Im 19. und 20. Jahrhundert kam man jedoch nicht nur in Tanzhallen und bei Paraden in den Genuss von Livemusik, auch die musikalische Bühnenunterhaltung in Music Halls, Varietés, Revuen, Operetten und Musicals ist in dieser Zeit zum zentralen Bestandteil der live vorgeführten populären Musik geworden.[169]

Im frühen 20. Jahrhundert nahmen Ragtime und Jazz neben lateinamerikanischen Tänzen einen starken Einfluss auf die populäre Musik. Mit dem Aufkommen von Swing in den 1930er Jahren in den USA, der damals das wichtigste populäre Musikgenre darstellte, wurde ein weiterer wichtiger Einschnitt in die Geschichte der populären Musik vollzogen. Sowohl Jazz, Swing und etwas später auch der Bebop eroberten die Hallen der etablierten US-amerikanischen Konzertkultur. Dabei zeigte sich besonders im Falle von Swing und Bebop, dass sie eine Musik darstellten, bei der die Hörer neben Unterhaltung primär dem künstlerischen Ausdruck der Musiker folgten. Bereits ab 1944 nahmen namhafte Jazzmusiker an Tourneen in Amerika und zunehmend auch in Europa teil, in den 1950er Jahren folgte die Gründung verschiedener Festivals mit populärer Musik.

Die 1950er und 1960er Jahre waren durch die Gründung weiterer zahlreicher Festivals in den unterschiedlichen Musiksparten populärer Musik gekennzeichnet.[170]

---

[168] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 86
[169] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 86f
[170] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 87f

Der damalige Erfolg von Festivals kann anhand einiger Zahlen anschaulich demonstriert werden: das Monterey International Pop Festival im Jahr 1967 besuchten 200.000 Zuschauer, zum Woodstock 1969 kam knapp eine halbe Million Menschen.
Die Grundlagen für verschiedene Typen von Konzertveranstaltungen wie wir sie heute bei populärer Musik kennen, wurden daher bereits Mitte des 20. Jahrhunderts gelegt.[171]

5.3.2 Kriterien zur Erarbeitung eines systematischen Überblicks über heute verbreitete Livemusik-Veranstaltungstypen

Um sich einen systematischen Überblick über heute verbreitete Live-Veranstaltungstypen populärer Musik verschaffen zu können, sollten einige Kriterien betrachtet werden.
Folgende Kriterien kommen dabei in Frage:

- Art des Veranstaltungsortes (Kneipe, Club, Musikhalle, Stadion, Mehrzweckhalle usw.),
- Fassungsvermögen des Veranstaltungsortes,
- Zusammensetzung des Publikums,
- Höhe der Eintrittspreise,
- Bekanntheitsgrad der auftretenden Musiker,
- Musikgenre und damit verbunden die Präsentationsweise auf der Bühne,
- Verhaltensweisen des Publikums sowie Interaktion zwischen Musikern und Publikum.[172]

Die genannten Kriterien stehen teils in enger Wechselbeziehung zueinander. Die gewählte Lokalität bzw. Lokal einer Musikveranstaltung, hängt nicht nur mit der Größe des Publikums, sondern häufig auch mit dem Musikstil und dem Bekanntheitsgrad der auftretenden Musiker zusammen. Davon wiederum hängt die Höhe der Ticketpreise ab, die ihrerseits wiederum Rückwirkungen auf die Zusammensetzung des Publikums ausübt. Je nach Musikstil und Lokalität liegen außerdem vor, während und nach der Musikdarbietung auch verschiedene Arten des Publikumverhaltens vor. Dieses kann sich durch unterschiedliche Arten und Intensität der Kommunikation zwischen Musikern und Publikum oder durch verschiedene Verhaltensrituale im Rahmen des Konzertabends bemerkbar machen. Die zahlreichen, genannten Kriterien machen es schwer, eine umfassende Typologie von Live-Veranstaltungen aufzustellen. Dennoch lassen sich mehrere Veranstaltungsbereiche unterscheiden. Dazu zählen das Musical als populäre Form des Musiktheaters, Konzertveranstaltungen und Festivals in großen Hallen und Open Air sowie Konzerte in Music-Clubs und Musikkneipen.[173]

---

[171] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 89
[172] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 89
[173] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 89f

Größere Hallen, die ein Fassungsvermögen von ungefähr 800 bis zu mehreren Tausend Besuchern aufweisen, stellen heute die zentralen Orte für Musikveranstaltungen bekannter populärer Musiker dar. Ab einer gewissen Publikumsgröße, kommen jedoch statt den genannten Hallen eher Arenen, Sportstadien, Parks oder andere Freiflächen („Open Air") zum Einsatz.

Da es Großkonzerte und Festivals mit ganz unterschiedlichen Genres populärer Musik gibt, ist auch die Hörerstruktur entsprechend vielfältig. Grundsätzlich werden von solchen Veranstaltungen, vor allem Hörer im Alter bis zu 30 Jahren angesprochen. Die Besonderheit dieser Events liegt in ihrem meist hohen Inszenierungsaufwand, der Bühnen-Shows mit Licht- und Nebel-Dramaturgie, Tanzeinalgen und verschiedenen Kostümen beinhaltet. Im Rahmen solcher Konzertauftritte geht es nämlich vor allem um einen gewissen Mehrwert der Live-Atmosphäre, der sich durch das Gruppenerlebnis, die besondere Stimmung und die Interaktion zwischen Musikern und Publikum auszeichnet. Die Interaktions- bzw. Kommunikationsmöglichkeiten zwischen den Künstlern und ihrem Publikum sind dabei vielfältig und unterscheiden sich je nach Stilrichtung und Künstler. Die Musiker können dabei auf mehr oder weniger umfangreiche Ansagen, auf kurze rhetorische Frage-Antwort-Interaktionen oder auf Animationen des Publikums zum Mitsingen, Mitklatschen und Mittanzen zurückgreifen. [174]

Neben den genannten Großevents kommen für die geschilderten Kommunikationsformen und Verhaltensrituale natürlich auch kleinere Auftritte in Musik-Clubs bzw. –Kneipen, in Kommunikationszentren und anderen Spielstätten, in Frage. Bedingt durch die kleinere Raumgröße und niedrigere Besucherzahlen sind solche Veranstaltungsorte jedoch in der Regel durch eine engere Interaktion zwischen Künstlern und Publikum gekennzeichnet. Häufig verfügen die Musik-Clubs und –Kneipen über keinen Backstage-Bereich, weshalb der Kontakt sowohl vor, während als auch nach dem Event fast hautnah ablaufen kann.[175]

Wichtig zu erwähnen ist auch die Bedeutung solcher kleinen und mittelgroßen Clubs und Spielstätten für die Nachwuchsförderung. In solchen Clubs treten häufig junge und eher unbekannte Musiker sowie Bands auf, die somit eine Möglichkeit bekommen, sich in der jeweiligen Stadt erstmals ein Publikum zu erspielen. Aufgrund der hohen Kosten, die Club-Betreiber zu tragen haben, sind in den Großstädten Auftritte ohne Gagen keine Seltenheit. Häufig wird statt einer Festgage zwischen Veranstaltern und Musikern eine Beteiligung an den Einnahmen, die je nach Besucheranzahl unterschiedlich hoch ist, ausgehandelt. Daneben kommt auch eine Finanzierung nach dem sogenannten „pay-to-play"-Prinzip zum Einsatz. Dabei müssen sich die Nachwuchskünstler für ihre Auftritte quasi einkaufen und die

[174] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 91f
[175] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 92

Grundkosten vorauszahlen. Ab einer bestimmten Anzahl an Besuchern werden die Einnahmen dann zwischen den Club-Betreibern und den Musikern aufgeteilt.
In vielen Musik-Clubs und –Kneipen kommen während eines Veranstaltungsabends sowohl Livemusik als auch Musik von Tonträgern – von DJs aufgelegt - zum Einsatz. Inzwischen sind DJ-Auftritte durchaus mit Konzerten von Instrumentalisten und Vokalisten vergleichbar. Seit den späten 1970er Jahren greifen DJs selbst in die künstlerische Gestaltung ein, da sie die Musik zweier oder mehrerer Platten übereinander legen, Schlagzeug-Breaks aus Platten isolieren und zu neuen Stücken kombinieren und Ähnliches. So gelten spätestens seit den 1990ern auch DJs als anerkannte Musikkünstler, die mittlerweile hohe Gagen bei Raves, Paraden und in Clubs bekommen und häufig Schallplatten produzieren oder bearbeiten (sogenannte Remix).[176]
Zusätzlich zu den bereits genannten Live-Auftritten ist die, auf eine lange Tradition zurückblickende, live im Radio- oder Fernseh-Studio gespielte Musik, zu erwähnen. Solche Musikshows, die früher von einem Orchester während der Sendung im Radio oder Fernsehen live gespielt wurden, inszenierten und inszenieren heute noch Live-Auftritte. Diese Auftritte werden im Falle des Fernsehens in der Regel vor einem Publikum im Fernsehstudio - häufig unter Einsatz von Playback-Musik - gespielt und sollen eine Live-Atmosphäre erzeugen und diese in die Wohnzimmer der TV-Zuschauer übertragen. Daneben kommt auch die zeitgleiche oder zeitlich verschobene mediale Übertragung von Konzerten zum Einsatz.[177]
Abschließend soll auch erwähnt werden, dass Konzertveranstalter und Künstleragenturen im Rahmen der Rezeption populärer Musik eine wichtige Rolle spielen. Ihre Auswahl der Künstler, welche sie im Rahmen von Tourneen und Festivals einem größeren Publikum präsentieren, macht diese Unternehmen zu wichtigen Gatekeepern und Meinungsführern.[178]

Wie aus den obigen Ausführungen hervorgeht, kommen heutzutage im Rahmen von Livemusik-Veranstaltungen, verschiedene Veranstaltungsorte zum Einsatz. Zusammenfassend soll an dieser Stelle daher ein kurzer Überblick über heute verbreitete Livemusik-Veranstaltungsorte gegeben werden.

[176] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 93f
[177] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 94
[178] Vgl. Pfleiderer (2008), S. 95

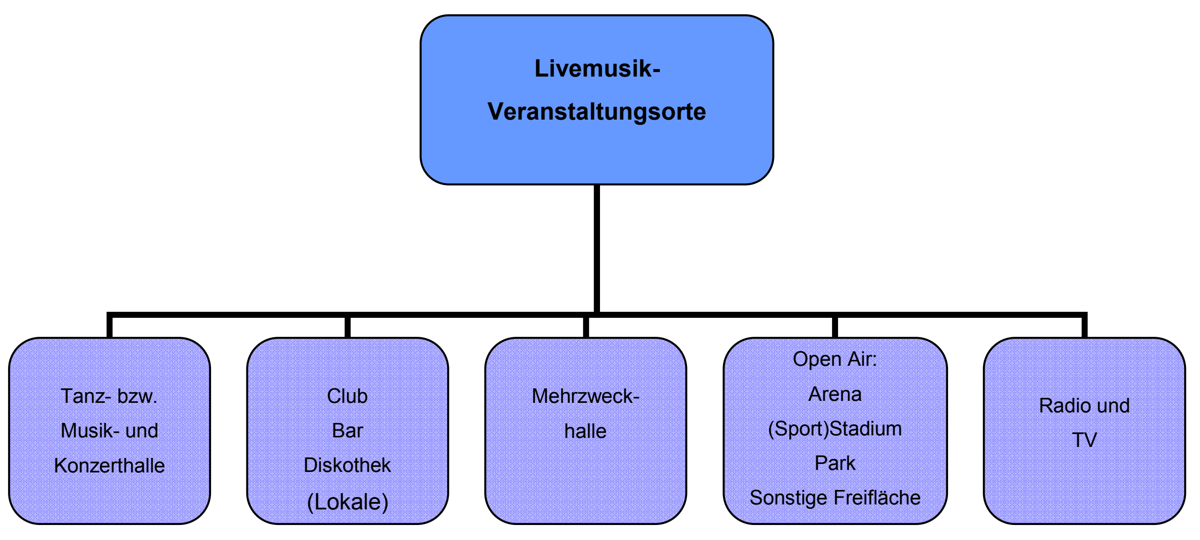


Abbildung 6: Livemusik-Veranstaltungsorte
Quelle: Eigene Darstellung, für Inhalte vgl. Pfleiderer (2008), S. 89-95

Anhand der obigen Abbildung, lassen sich Unternehmen und Personen ableiten, die sich in irgendeiner Form mit Livemusik-Veranstaltungen beschäftigen. Dazu zählen beispielsweise Club/Bar- und Diskotheken-Betreiber, Veranstalter bzw. Organisatoren von Konzerten und Musikfestivals, Künstleragenturen sowie Radio- und Fernseh-Musikshow-Betreiber.

5.4 Aspekte der Standortwahl

An dieser Stelle soll kurz auf jene Standortfaktoren bzw. Aspekte eingegangen werden, die für Unternehmen des Livemusik-Sektors populärer Balkanmusik, im Rahmen ihrer Entscheidungen für die einzelnen Lokalitäten als relevant erscheinen. Im Rahmen der empirischen Untersuchung, soll zusätzlich zu anderen Fragestellungen auch geklärt werden, welche Aspekte für die befragten Unternehmer des Balkanmusik-Live-Bereichs, ausschlaggebend bei der Wahl der jeweiligen Lokalität sind/waren. Mangels entsprechender theoretischer Ausführungen hierzu, werden zunächst einige relevant erscheinende konventionelle Standortfaktoren angeführt, bevor die Autorin eigene Überlegungen zu möglichen spezifischen Aspekten der Standortwahl der betrachteten Unternehmen einbringt. Das Ziel ist in weiterer Folge, im Rahmen der Befragungen herauszufinden, welche Faktoren die einzelnen Unternehmer als wichtig bzw. relevant bei der Wahl des jeweiligen einzelnen Standortes empfinden.

5.4.1 Konventionelle Standortfaktoren

Im Rahmen der konventionellen Standortfaktoren, erscheinen folgende Aspekte bzw. Einzelfaktoren für den betrachteten Bereich als relevant:

- **Kunden-Lieferantenbeziehungen und Unternehmensumfeld**

Unter sogenannten „Fühlungsvorteilen", die eine Region ihren Unternehmen bietet, lassen sich Faktoren wie die Nähe zu Kunden, Lieferanten, Anbietern von Dienstleistungen (unter anderem Banken, beratende Berufe und Kundendienste) oder Unternehmen der gleichen Branche zusammenfassen.[179]

In einer vom Institut für Wirtschaftsforschung München im Mai 1990 durchgeführten Untersuchung wurde festgestellt, dass diese Fühlungsvorteile von Unternehmen der Musikwirtschaft, überwiegend positiv beurteilt werden. Im Rahmen dieser Studie wurden Konzertveranstalter, Musikverlage, Unternehmen des Bereichs Herstellung von bespielten Tonträgern und die Hersteller von Musikinstrumenten befragt.[180]

Auch die Nähe zu anderen Unternehmen der Musikwirtschaft wurde in dieser Studie von allen Unternehmensgruppen als überwiegend positiv beurteilt. Daraus lässt sich schließen, dass in der Musikwirtschaft die Nähe zu Unternehmen der gleichen Branche als Vorteil empfunden wird, was als eine Besonderheit dieser Branche gesehen werden kann, da dies auf andere Unternehmensgruppen, wie die Industrie oder Dienstleistungen, nicht zutrifft.[181]

Darüber hinaus wurde festgestellt, dass insbesondere für Konzertveranstalter und Künstleragenturen, die Kundennähe und das Vorhandensein von anderen Musikbetrieben am Ort, von besonderer Bedeutung sind.[182]

- **Wirtschaftsbezogene Infrastruktur**

Zur wirtschaftsbezogenen Infrastruktur können die Verkehrs- und Kommunikationsmöglichkeiten, das Angebot an Büroflächen und Grundstücksreserven und die Entsorgungseinrichtungen einer Region gezählt werden.[183]

5.4.2 Spezifische Standortfaktoren bzw. Aspekte der Standortwahl für Unternehmen des Balkan-Livemusik-Sektors

Mangels entsprechender Literatur zum Thema, wird hier auf einige Überlegungen der Autorin eingegangen. Dabei sollen Aspekte der Standortwahl aufgezählt werden, die – augrund der Besonderheiten dieses Bereichs - für Unternehmen des Livemusik-Bereichs populärer Balkanmusik, bei der Wahl der jeweiligen Lokalität, ausschlaggebend sein könnten.

Die folgenden Ausführungen beziehen sich primär auf Clubs und Diskotheken, die unter dem Sammelbegriff „Lokal" zusammengefasst werden. Die Aspekte der Standortwahl werden im Fall von Konzertveranstaltern von Balkanstar-Konzerten bzw. bei TV- oder Radio-Sendern, nur vereinzelt eine Rolle spielen. Die Großkonzerte von Balkanstars, finden in einzelnen

[179] Vgl. Hummel (1991), S. 250
[180] Vgl. Hummel (1991), S. 197
[181] Vgl. Hummel (1991), S. 250
[182] Vgl. Hummel (1991), S. 253
[183] Vgl. ebitda

Musikhallen quer durch Wien statt, welche nicht im Besitz der Konzertveranstalter sind und die nicht ausschließlich für Balkanmusikkonzerte genutzt werden. Dazu zählen beispielsweise die „Bank Austria Halle“ im „Gasometer“ oder die Showbühne der „Lugner City“. Es handelt sich hierbei somit um keine festen Standorte für Balkanmusik-Veranstaltungen. Dennoch wird natürlich auch im Falle der Konzertorganisatoren, die Frage nach den Aspekten der Wahl von Konzertlocations, von besonderem Interesse sein. Diese wird vermutlich von zusätzlichen Aspekten beeinflusst, die es herauszufinden gilt.
Betrachtet man die einzelnen Standorte der zum Balkan-Livemusik-Bereich gehörenden Lokale in Wien, wird man feststellen, dass einerseits eine starke räumliche Konzentration solcher in einzelnen Bezirken bzw. Teilen der Bezirke besteht (z.B. entlang des Gürtels oder auf der Ottakringerstraße). Andererseits haben sich einzelne Lokale in räumlicher Entfernung von anderen vergleichbaren Lokalen angesiedelt. Damit stellt sich die Frage, welche Aspekte hierfür entscheidend sein könnten.
Folgende Aspekte bzw. Überlegungen kommen grundsätzlich in Frage:

- **Übernahme einer bestehenden Lokalität vom Vorbesitzer**

Möglicherweise wurde eine bestehende und womöglich in gutem Zustand befindliche Lokalität, vom Vorbesitzer übernommen. Dabei ist vor allem an Familienmitglieder oder Mitglieder der eigenen ethnischen Community im Allgemeinen, zu denken.

- **Bewusste räumliche Entfernung von der Konkurrenz**

Wird die räumliche Nähe zur Konkurrenz als bedrohlich empfunden, könnte bewusst eine räumliche Entfernung zum Wettbewerb gesucht werden.

- **Finanzielle Aspekte**

Als besonders wichtig erscheint der finanzielle Aspekt der jeweiligen Lokalität. Für einzelne Betreiber werden die Raummiete bzw. die Investitionskosten, die mit der jeweiligen Lokalität verbunden sind, vermutlich eine entscheidende Rolle bei der Standortentscheidung spielen.

- **Räumliche Nähe zur eigenen ethnischen Gruppe**

Auch dieser Aspekt könnte von besonderer Relevanz sein. So kann am Beispiel der Ottakringer Straße/Balkanmeile demonstriert werden, dass hier sowohl eine starke räumliche Konzentration ex-jugoslawischer Wohnbevölkerung gegeben ist, als auch eine starke Konzentration an entsprechenden Lokalen, die dem Livemusik-Bereich populärer Balkanmusik zuzuordnen sind.

- **Negative bzw. positive Erfahrungen mit Standorten/Lokalitäten außerhalb der typischen Migrantenbezirke**

Negative oder positive Erfahrungen mit Lokalitäten außerhalb „typischer Migrantenbezirke", können für einzelne Unternehmer ebenfalls eine Rolle spielen. Dabei könnten besonders negative Erfahrungen ausschlaggebend dafür sein, dass man sich für ein Lokal in räumlicher Nähe zu anderen vergleichbaren Balkanlokalen entscheidet. Besonders positive Erfahrungen, könnten hingegen ausschlaggebend für die Wahl einer räumlich entfernten Lokalität sein.

Wie es die theoretischen Ausführungen in den beiden letzten Kapiteln vermuten lassen, bilden diese die theoretische Basis der empirischen Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit. Dabei wird, einerseits auf besonders relevante Fragestellungen hinsichtlich der ethnischen Ökonomie (vorwiegend die Frage nach Motiven und Gründen für die und Herausforderungen im Rahmen der selbständigen Tätigkeit) und andererseits auf jene, die sich den Besonderheiten der Clubkultur widmen, eingegangen. Fragenbereiche zu Netzwerken, Kunden und Zielgruppe, aber auch zu den Aspekten der Standortwahl, sind dabei von Bedeutung.

Bevor jedoch im Einzelnen auf die empirische Untersuchung eingegangen wird, folgen zunächst Ausführungen zur musikalischen Vielfalt des Balkans und dem Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik in Wien.

6. Musikvielfalt des Balkans

Dieses Kapitel befasst sich mit der Musikvielfalt des Balkans, wobei zunächst ein Überblick über die wichtigsten Entwicklungen der Balkanmusik, anhand dreier historischer Perioden gegeben und dabei auf die wichtigsten Musikgenres je Periode, eingegangen wird. Von besonderer Relevanz ist der Zeitraum ab dem zweiten Weltkrieg (ab 1945) sowie nach dem Wendejahr 1989. Der letztgenannten Periode, ist unter anderem auch die Entwicklung des Turbo-Folk bzw. der Weltmusik am Balkan, zuzuordnen. Die folgenden Ausführungen sollen vor allem deutlich machen, wie vielfältig die Musik im ehemaligen Jugoslawien war bzw. immer noch ist. Aufgrund der Komplexität des Themas, wird hierbei jedoch auf Details verzichtet und lediglich auf wichtigste Entwicklungen eingegangen, die dem Leser ermöglichen sollen, die Vielfalt und Popularität der Balkanmusik, sowohl auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens als auch in der Diaspora, nachzuvollziehen.

Die Bedeutung der Musik in einer und für eine Gesellschaft, lässt sich anhand der folgenden Feststellung ganz gut demonstrieren: „Musik ist funktional. Es existiert kein Ritual in der Geschichte der Menschheit ohne Musik […]“[184] Durch Musik lassen sich sowohl Freude und Glück ausdrücken, als auch Angst, Harmonie, Hass oder Ablehnung erzeugen. Damit verwundert die Verwendung der Musik als politisches Instrument kaum. Traditionelle Musik wird vor allem als Ausdruck einer bestimmten Identität betrachtet und häufig zur Schaffung einer nationalen Identität eingesetzt. Dabei kann es sich um eine lokale, ethnische, soziale, nationale oder religiöse Identität handeln.[185]

Um die Vielfalt der Musik im ehemaligen Jugoslawien nachvollziehen zu können, ist es notwendig, die Entwicklungen einzelner Musikgenres anhand wichtiger historischer Zeiträume darzustellen, die für die jüngere Popularmusikgeschichte von Relevanz sind. Diese sind: die Zeit des Osmanischen und des Habsburger Reichs sowie die Perioden nach dem Zweiten Weltkrieg („Kalter Krieg“) und nach der Wende 1989 (die 1990er und die 2000er Jahre).[186]

Wichtig ist die Feststellung, dass viele der Musikgenres am Balkan, je Interpret und betrachtetem Zeitraum, Überschneidungen aufweisen und daher einzelne Musiker und Bands, nicht immer eindeutig einem Genre zugeordnet werden können. So spielten und spielen selbst Rock-Bands und Pop-Sänger des Balkans, immer wieder mit orientalischen Elementen bzw. Elementen der Volksmusik, indem sie diese in ihre Musik und Stücke

[184] Hemetek (2004), S. 111
[185] Vgl. Hemetek (2004), S. 111
[186] Vgl. Sperlich (2011), S. 1

integrier(t)en. Populäre Rock-Bands wie *Bijelo Dugme* (Weißer Knopf) und andere, die in ihren Songs Folk-Elemente einsetzen, sind wesentlich erfolgreicher als andere.[187] Aus diesem Grund, müssen die im Kapitel 6.3 einzeln angeführten Musikgenres bzw. die Unterscheidung zwischen ihnen, zumindest teilweise als fließend gesehen werden. Für die Nachvollziehbarkeit sowie die Gesamtdarstellung der Musikvielfalt am Balkan, spielt eine eindeutige Unterscheidung zwischen den einzelnen Musikgenres bzw. eine Zuordnung von Musikern zu einem bestimmten Genre, keine Rolle, weshalb diese auch nicht streng zu nehmen ist.

6.1 Musikkultur zur Zeit des Osmanischen und des Habsburger Reiches

Das Erbe des Osmanischen Reiches, stellt eine wesentliche musikhistorische Basis der gesamten Balkanregion – Slowenien ausgenommen - dar. Das Osmanische Reich bestand zwischen 1299 und 1922, wobei unterschiedliche Okkupationsperioden in den einzelnen „belagerten" Ländern und Regionen Europas, zu beobachten waren. Die Osmanen waren ein türkischer Stamm aus dem Osman. Zu den Provinzen des osmanischen Reichs in Europa, zählten die folgenden Gebiete des späteren Jugoslawiens bzw. heute ehemaligen Jugoslawiens: Bosnien-Herzegowina (1463/1481 – 1878/1908), Kroatien (1526 – 1699), Mazedonien (1371/1395-1912), Montenegro (1478/1499-1878) und Serbien (1459-1804/1878).[188] Mazedonien war bis Anfang des 20. Jahrhunderts Teil des Osmanischen Reichs, Kroatien hingegen stand ab 1699 unter der Herrschaft der Habsburger.[189] Bosnien-Herzegowina wurde 1808 von den Habsburgern eingenommen und 1877/1878 unter die habsburgische Verwaltung gestellt. Serbien wurde 1830 zum Fürstentum, wobei die endgültige Autonomie erst nach dem endgültigen Sieg über die Ottomanen, 1867, erreicht wurde.[190] Slowenien gehörte nie dem Osmanischen Reich an und war vom 13. Jahrhundert bis Ende des Ersten Weltkrieges, Teil des Habsburger Reiches. Ab 1918 schlossen sich Kroatien, Serbien und Slowenien zum Königreich zusammen, das als „Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca" bezeichnet und 1929 in „Königreich Jugoslawien" umbenannt wurde. Nach dem Zweiten Weltkrieg – sprich nach 1945 – entstand aus Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Serbien und Slowenien die „Demokratische Föderative Volksrepublik Jugoslawien".[191] 1963 wurde wurde der Staat schließlich in die „Sozialistische Föderative Republik Jugoslawien" („Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija"), kurz SFRJ, umbenannt.

---

[187] Vgl. Đurković (2004), S. 277
[188] Vgl. Sperlich (2011), S. 2 zitiert nach Findley (2005)
[189] Vgl. Sperlich (2011), S. 2 zitiert nach Mazower (2002)
[190] Vgl. Sperlich (2011), S. 2 zitiert nach Weithmann (1997)
[191] Vgl. Sperlich (2011), S. 3 zitiert nach Sundhaussen (1982) und Hösler (2008)

Die genannten Herrschaftssysteme wirkten sich im wesentlichen Ausmaß auf die Entwicklungen der Musikkulturen dieser Region aus. So ist auf die Zeit der osmanischen Herrschaft, unter anderem die Bedeutung der Roma in der Musikkultur des Balkans zurückzuführen, genauso wie die der „Čalgija-Ensembles“, die sich aus Türken, Albanern, Slawen, muslimischen Roma, Juden und Christen unterschiedlicher ethnischer Herkunft zusammensetzten.[192] Die Roma, die wahrscheinlich ab dem 11. Jahrhundert von Nordwestindien nach Europa auswanderten und sich ab dem 14. Jahrhundert am Balkan niederließen, trugen wesentlich zur Verbreitung einer Vielzahl an Musikstilen am Balkan, bei.[193] Auch die Anfänge der Blasmusik-Orchester sowie des Tanzes „Kolo“ sind wahrscheinlich auf die Periode des Osmanischen Reiches zurückzuführen. „Kolo“ (zu deutsch: Rad) ist unter Kroaten, Serben und Bosniern bis heute vor allem auf diversen Festen eine weit verbreitete Tanzart. Auch die bosnische „Sevdalinka“, entstand in der Periode der osmanischen Herrschaft.[194] Bei den „Sevdalinke“ handelt es sich um eine urbane Vokalgattung, in der es primär um die Liebe geht.[195] Details dazu folgen im Kapitel 6.3.1

Die Eingliederung in das Habsburger Reich und die im 19. Jahrhundert aufkommenden Nationalbewegungen, führten in einigen Balkanländern zu einer Orientierung an der west- bzw. zentraleuropäischen Musikkultur, die mit einer Distanzierung von der orientalisch-osmanischen Tradition einherging.[196] Mitverantwortlich für diese Entwicklungen, waren vor allem junge Menschen, die beispielsweise bereits ab Mitte des 19. Jahrhunderts durch Serbien in die großen europäischen Universitätsstädte, geschickt wurden. Diese kehrten nach entsprechender Ausbildung zurück und verbreiteten in Folge die Elemente europäischer Modernisierung, die sowohl die Bereiche der Ernährung, der Kleidung und der Wissenschaft, als auch der Musik selbst, betrafen.[197]

In Kroatien entwickelte sich im 19. Jahrhundert, ein auf der Volksmusik basierender kroatischer Nationalstil, in dem bewusst die balkanisch-orientalischen Elemente vermieden wurden. Aus diesem Volksmusikstil gingen später die kommerzielle Pop-Musik („zabavna muzika“) sowie live dargebotene Musikfolklore, hervor.[198]

---

[192] Vgl. Sperlich (2011), S. 3 zitiert nach Silverman (1996) und Rice (2000)
[193] Vgl. Sperlich (2011), S. 3 zitiert nach Hofman (2006) und Silverman (1996)
[194] Vgl. Sperlich (2011), S. 4
[195] Vgl. Hemetek (2004), S. 112
[196] Vgl. Marković (2009), S. 3
[197] Vgl. Đurković (2004), S. 274
[198] Vgl. Sperlich (2011), S. 5 zitiert nach Forry (2000)

6.2 Musikkultur in der Zwischenkriegszeit der beiden Weltkriege

In der Zwischenkriegszeit der beiden Weltkriege, entwickelten sich weitere wichtige Musikgenres, wie „Romanse", die im frühen urbanen Lied verwurzelt sind, sowie Schlager („šlageri") in Kroatien bzw. „Brass Bands" in Serbien, während die Blasmusik-Orchester in Mazedonien, bereits Ende des 19. Jahrhunderts entstanden.[199] Während der ersten 20 Jahre des 20. Jahrhunderts, wurden insbesondere die orientalischen Elemente in der Balkanmusik immer wieder heftig diskutiert, wobei die Diskussion besonders ab der Entstehung des „Königreichs der Serben, Kroaten und Slowenen" („Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca") an Bedeutung gewann, da in diesem Zeitraum der westeuropäische Einfluss wesentlich verstärkt wurde. Insbesondere die serbische Volksmusik war in dieser Zeit zweigeteilt: einerseits gab es die ursprüngliche Volksmusik, die vom türkischen Einfluss verschont blieb, und andererseits jene Volksmusik, die sich unter dem Einfluss türkischer Musik entwickelte und die, aufgrund der gelegentlichen „Kreuzung", auch fortschrittlicher und bunter war, als die ursprüngliche. [200]

6.3 Musikkultur ab 1945 bis heute

Während der Phase des „Kalten Krieges", die nach dem Zweiten Weltkrieg folgte, wurde die Welt zwischen dem kommunistischen und dem kapitalistischen Regime aufgeteilt.[201] Nach 1945, bemühte man sich im ehemaligen Jugoslawien um die Schaffung einer gemeinsamen, multiethnischen Identität. Diese Zeit ist vor allem mit einem Namen verbunden – *Josip Broz Tito.* Er war es, der versucht hatte, aus verschiedenen ethnischen Identitäten, einen Staat zu erschaffen. Dabei sollte alles, das zu ethnisch-national war (also kroatisch, serbisch, bosniakisch, makedonisch oder slowenisch), eliminiert werden.[202] Jugoslawien beschritt ab 1948 – nach dem Bruch mit *Stalin* – einen Weg zwischen Kommunismus und Kapitalismus und war stärker am Westen orientiert, als dies in allen anderen Ostblock-Ländern der Fall war. In dieser Zeit, konnten sich im damaligen Jugoslawien spezielle Volks- und Pop-Musik-Kulturen entwickeln.[203] Was damals vorhanden und nicht zu leugnen war, das war die traditionelle Musik in ihrer gesamten Vielfalt. Sie reichte von der slowenischen „Polka" über die dalmatinische „Mehrstimmigkeit" bis zum „Davul- und Zurna-Stil" in Mazedonien. Diese traditionelle Musik war ein Ausdruck der ethnischen Vielfalt und bedeutete zugleich großes Reichtum. Die Akzeptanz dieser Tatsache, spiegelte sich in der Gründung sog. „KUD-Ensembles" („Kulturno umjetničko društvo") in jedem Winkel des Landes wider, was im Sinne des „bratstvo-jedinstvo" (Brüderlichkeit & Einigkeit) war. Die Hauptaktivität lag dabei im

[199] Vgl. ebitda
[200] Vgl. Đurković (2004), S. 275
[201] Vgl. Sperlich (2011), S. 8
[202] Vgl. Hemetek (2004), S. 112
[203] Vgl. Sperlich (2011), S. 8 zitiert nach Laušević (1996)

Folklorebereich, wobei aus den verschiedenen Regionen des gesamten Landes traditionelle Tänze und Lieder einstudiert wurden.[204] Die bosnischen „Sevdalinke" repräsentierten Bosnien und Herzegowina und zugleich auch die Multikulturalität der Teilrepublik.[205] Die „Sevdalinke" wurden dabei mit allen größeren Städten Bosniens assoziiert und waren zugleich in ganz Jugoslawien beliebt.[206] Neben Bosnien-Herzegowina waren viele Regionen des ehemaligen Jugoslawiens multiethnisch. Dazu zählten unter anderem die „Vojvodina", die „Krajina" und andere.

Neben der Erhaltung dieser traditionellen Musik, war das Regime bemüht, neue musikalische Symbole zu kreieren, wodurch Partisanenlieder oder Lieder auf *Tito* entstanden sind. Bereits ab den 1960er Jahren, entwickelte sich im ehemaligen Jugoslawien die sog. neukomponierte Volksmusik („novokomponovana narodna muzika"). Sie erfüllte all das, was vom Regime gewünscht war – es handelte sich um eine Musik, die ethnische Grenzen aufhob, populär war und dabei eine gesamtjugoslawische Identität illustrierte. Darüber hinaus richtete sie sich nach kommerziellen und nicht nach politischen Prinzipien.[207] Auf Einzelheiten dazu wird gleich im Kapitel 6.3.4 näher eingegangen.

Nach dem Bürgerkrieg der 1990er Jahre und dem Zerfall Jugoslawiens, änderte sich Vieles auch innerhalb der Musikkultur des Landes. An die Stelle Jugoslawiens traten sechs neue Staaten: Slowenien, Kroatien, Bosnien und Herzegowina, Mazedonien, Serbien, Montenegro sowie Kosovo unter Uno-Verwaltung. Damit einher, ging die völlige Zerschlagung der gemeinsamen Identität, die Nationalismus auf allen Seiten wich.[208] Die neukomponierte Volksmusik behielt jedoch ihre Anziehungskraft auch nach dem Krieg, sie hat vielmehr an zusätzlicher Attraktivität gewonnen. Was die traditionelle Musik anbelangt, so sind die neu entstandenen Staaten heute auf der Suche nach eigenen Symbolen, durch welche sie sich von den anderen abgrenzen können. Die Gemeinsamkeiten, die während der Ära Jugoslawiens entstanden sind, machen dies jedoch alles andere als einfach. Und auch wenn heute die „Tamburica" als rein „kroatisch", die „Gusle" als rein „serbisch" und die „Sevdalinke" als „muslimisch" gelten, so entspricht dies nicht der Realität, denn die Tamburica wird genauso in der Vojvodina (heutiges Serbien) gespielt, die Gusle auch in Bosnien und die Sevdalinke findet man selbst im kroatischen Teil (Herceg-Bosna) sowie dem serbischen Teil (Republika Srpska) Bosnien-Herzegowinas.[209]

Man muss darüber hinaus anmerken, dass seit dem Beginn der 1990er Jahre, neben der neukomponierten Volksmusik (auch „Neo-Folk" genannt), auf dem Balkan natürlich weitere Musikgenres existiert haben und populär waren. Insbesondere entstand zu dieser Zeit auch

[204] Vgl. Hemetek (2004), S. 112
[205] Vgl. Hemetek (2004), S. 113
[206] Vgl. Hemetek (2004), S. 112
[207] Vgl. Hemetek (2004), S. 115
[208] Vgl. Hemetek (2004), S. 117
[209] Vgl. Hemetek (2004), S. 118

eine spezielle Form der Volksmusik, die man als „Kriegs-Folk“ („ratnički folk“) bezeichnen kann und die auf nationalistischen und patriotischen Texten basierte. Seit Mitte der 90er Jahre waren aber auch Dance-Musik und sog. „Techno-Folk“ („Turbo-Folk“), vor allem auf dem Gebiet des heutigen Serbiens, sehr beliebt. Daneben gab es auch andere Musikgenres wie Pop- und Rockmusik oder Jazz, die jedoch im Vergleich zu den zuvor genannten, eine untergeordnete Rolle gespielt haben und vor allem wirtschaftlich gesehen, kaum von Bedeutung waren.[210]

An dieser Stelle soll dem Leser, ein detaillierter Überblick über die wichtigsten populären Musikgenres des Balkans, gegeben werden. Dies ist insbesondere im Hinblick auf jene Leser wichtig, die bisher nicht mit der Balkan-Musikszene in Berührung gekommen sind. Abgesehen von Musikgenres wie beispielsweise Rock, Pop oder Hip-Hop, die weltweit innerhalb verschiedener Kulturen zu finden sind, hat der Balkan – wie andere Länder auch – eigene, typische Musikgenres, auf die hier ein besonderer Fokus gelegt wird. Einige davon wurden bereits genannt. Dazu zählen die typische Volksmusik genauso wie die neukomponierte Volksmusik und der Turbo-Folk, der in den letzten Jahren am Balkanmusikhimmel verstärkt an Bedeutung gewonnen hat. Da es sich bei dieser Musikgattung einerseits um eine besonders umstrittene und andererseits um eine sehr beliebte handelt, soll dem Leser ein Einblick in dieses Phänomen gegeben werden. Um dem interessierten Leser zu ermöglichen, sich gegebenenfalls näher über einzelne Musikgenres des Balkans und ihre Protagonisten zu informieren, werden bei jedem angeführten Genre, beispielhaft besonders wichtige Vertreter sowie einige ihrer bekanntesten Hits angeführt. Alle angeführten Titel und Musiker sind häufig samt der Originalvideos auf „Youtube“ zu finden.[211] Da jedoch nicht alle angeführten Künstler heute noch aktiv singen bzw. nicht alle über eigene Webseiten verfügen, werden – sofern verfügbar - alternative Quellen angeführt, die eine Übersicht und Möglichkeit zum Nachlesen und weiteren Reinhören in die Musik bieten.

Bei den hier angesprochenen Musikern handelt es sich um solche, die ihre Karriere entweder im damaligen Jugoslawien oder später, in einem der Nachfolgestaaten des ehemaligen Jugoslawiens, begonnen und aufgebaut haben. Einige davon - wie zum Beispiel die in Wien lebende *Dragana Mirković* -, leben mittlerweile im Ausland, haben jedoch weiterhin einen starken Bezug zur Heimat. Sowohl für sie, als auch für die, heute noch auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens lebenden Musiker, sind Auftritte in der Diaspora eine besonders lukrative Einnahmequelle geworden, so dass die meisten davon,

[210] Vgl. Đurković (2004), S. 279
[211] Zu beachten ist, dass die Titel und die Namen der Musiker, hier in der richtigen Schreibweise (BKS) angeführt werden. Für die Suche nach den Titeln auf Youtube, spielen jedoch die, der deutschen Sprache fremden Buchstaben, wie „ć“, „č“, „š“, „ž“ etc., keine Rolle.

regelmäßige Touren europa- aber auch weltweit unternehmen. Für die vorliegende Arbeit ist vor allem diese Gruppe von Relevanz.[212]

Die folgenden Ausführungen sind nicht in chronologischer Reihenfolge (nach ihrer Entstehung etwa) gereiht, sondern vielmehr nach dem jeweiligen Zusammenhang. So wird zunächst der Bereich der Volksmusik – ausgehend von traditioneller Volksmusik, über World Music und Roma-Musik, Balkan Brass bis hin zum Turbo-Folk – behandelt, bevor auf die Musikgenres der Rock- und Pop-Musik sowie des Hip-Hops, näher eingegangen wird.

6.3.1 (Traditionelle) Volksmusik

Die Volksmusik des Balkans, orientierte sich während des Kommunismus an der westlichen Musikkultur, insbesondere an klassischer und neuer (ernster) Musik und sollte möglichst frei von orientalischen Musikeinflüssen der Vergangenheit (besonders der türkischen Musik und der Roma-Musik) sein.[213] Die bereits genannten „KUD" („kulturno-umetnička društva") – Künstlervereine für staatliche Amateurensembles -, die bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts aufkamen, spielten hierbei eine wesentliche Rolle, denn sie pflegten eine stilisierte und künstliche Form der Volksmusik sowie –tänze, wobei sämtliche Stile aus ganz Jugoslawien mit einflossen. Diese, von den „KUD" praktizierte Volksmusik, unterschied sich stark von der regionalen, ländlichen bzw. dörflich-traditionellen Volksmusik, deren Präsenz sich fast ausschließlich auf lokale Musikfestivals und regionale Medien beschränkte. Neben diesen Amateurensembles bestanden jedoch auch professionelle Ensembles, die von verschiedenen Radiosendern einzelner Provinzen, beschäftigt wurden.[214]

Zusätzlich zu den verschiedenen Ensembletypen, gab es auch andere große Volksmusikformationen wie die uniformierten Chöre, die „revolutionäre Lieder in verschiedenen Stilen im klassischen Musikidiom sangen."[215]

Auch die bereits genannten „Sevdalinka", sind der (traditionellen) Volksmusik zuzuordnen. Die Massenmedien Radio und Fernsehen, brachten dieses Musikgenre nach dem Zweiten Weltkrieg nicht nur der urbanen, sondern auch der ländlichen Bevölkerung näher. Im Laufe der Zeit wurden auch die Sevdalinka-Lieder teilweise „verwestlicht", da sie kürzer, schneller und rhythmisch rigider gestaltet wurden.[216]

Die 1970er und 1980er Jahre waren durch diverse Revivals der Volksmusik gekennzeichnet, welche nicht bzw. nur bedingt, nationalistischen Motiven folgte, wie zum Beispiel in Kroatien, wo besonders in den 80ern, verschiedene populäre Sänger die traditionelle Volksmusik

---

[212] Eine interessante Sendung zum Thema Balkanmusik wurde in März 2011 in ORF gezeigt, wobei hier ein Vergleich zwischen Balkanmusik in Wien und Belgrad angestellt wird. Vgl. dazu o.V. (ORF, 2011), o.S.; vgl. o.V. (Youtube 1, 2011), o.S. und (Youtube 2, 2011), o.S.

[213] Vgl. Sperlich (2011), S. 8 zitiert nach Silverman (1983) und Laušević (1996)

[214] Vgl. Sperlich (2011), S. 9 zitiert nach Petrović (2000)

[215] Sperlich (2011), S. 10 zitiert nach Laušević (1996)

[216] Vgl. Sperlich (2011), S. 10f zitiert nach Laušević (1996)

wieder-/neuentdeckten.[217] Die starken Kürzungen der staatlichen Förderungen sowie die Inflation nach 1989, prägten die Praxis der traditionellen Volksmusik erheblich und führten zum Abbau der Volksmusikensembles – der „KUD“.[218] Die Entwertung der Musikergehälter – als Folge der Inflation – zwang die Künstler, dem neu aufkommenden Trend der World Music, zu folgen. Darüber hinaus kam es zu weiteren Volksmusik-Revivals, die überwiegend nationalistischen Motiven folgten. In Bosnien stellte beispielsweise der „Ilahiya“, eine spezielle Ausprägung eines Volksmusik-Revivals dar. „Ilahiya“ ist eine muslimisch-religiöse Hymne, die vor allem ab 1988 innerhalb der muslimisch-religiösen Bevölkerung, (wieder) an Bedeutung gewann.[219]

Neben diesen Musikgenres, entstand nach 1992 in Bosnien auch der sogenannte „Sevdah-Rock“, der immer mehr eine wichtige Rolle übernahm. Dieser sollte neben den Sevdalinke, auch nichtmuslimische Bosnier sowie nicht religiöse Muslime ansprechen.[220] An dieser Stelle werden einige bekannte Sevdalinka-Interpreten aufgezählt:

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Mostar Sevdah Reunion	„Čudna jada od Mostara grada“ (Was für ein Jammer der Stadt Mostar), , “Nikad mi se ne spava” (Ich will niemals schlafen)
Damir Imamović	„Da sam ptica“ (Wäre ich ein Vogel), „Rado, kćeri Rado“ (Tochter Rada)
Hanka Paldum	„Crne kose“ (Schwarzes Haar), „Zelene oči“ (Grüne Augen), „Ali pamtim još“ (Ich erinnere mich noch)

Tabelle 5: Sevdalinka-Interpreten
Quelle: Eigene Darstellung

Zu der Volksmusik Serbiens, kann man grundsätzlich auch die Blasmusik/Balkan Brass zuordnen. Diese wird jedoch – genauso wie die World Music/Weltmusik - in dieser Arbeit zwecks Übersichtlichkeit, im Folgenden gesondert beschrieben.

[217] Vgl. Sperlich (2011), S. 11 zitiert nach Forry (2000)
[218] Vgl. Sperlich (2011), S. 22 zitiert nach Laušević (2007)
[219] Vgl. Sperlich (2011), S. 23
[220] Vgl. Sperlich (2011), S. 23 zitiert nach Laušević (1996)

6.3.2 World Music/Weltmusik und Roma-Musik

World Music bzw. Weltmusik, kann – genauso wie andere populäre Musikgenres auch – aus mehreren Perspektiven heraus, betrachtet werden. Grundsätzlich ist zu sagen, dass jede Form des Musizierens, die außerhalb der hoch künstlerischen oder traditionellen Musikgattungen angesiedelt ist, der Subkultur-Sphäre zugeordnet wurde. Aus diesem Grund war auch die Weltmusik zunächst Gegenstand soziologischer Untersuchungen. In diesem Sinne, wurde sie als ein Produkt der Kulturindustrie, als ein politisches Konstrukt behandelt oder aus einem ethno-orientierten Blickwinkel heraus betrachtet. In diesem Sinne galt die Weltmusik vorrangig als Ergebnis der primär amerikanischen, kulturellen Vormachtstellung bzw. wurde als Möglichkeit gesehen, die eigene nationale Identität vor ebendieser Vormachtstellung Amerikas, zu verteidigen. Inzwischen ist unter vielen Interpreten der Weltmusik ein positives Verhältnis zur Idee der Globalisierung verbreitet, die nicht mehr als Vormachtstellung erlebt, sondern als eine Möglichkeit gesehen wird, eine neue, humanere Welt, ohne großer sozialer Unterschiede und Grenzen, zu schaffen.[221]

Der Begriff „World Music“ wurde in den letzten Jahrzehnten von verschiedenen Autoren unterschiedlich definiert, so dass eine eindeutige und vor allem identische Definition, kaum möglich ist. Aus den diversen Definitionsversuchen könnte man ableiten, dass der Begriff „World Music“ all jene Musikgattungen umfasst, die nicht der künstlerischen und populären Musik des angelsächsischen Kulturkreises zuzuordnen sind.[222] Damit einher geht die Problematik, dass somit fast sämtliche Musik aus anderen Kulturen, diesem Begriff zuzuordnen wäre. Wie *Milojević* in ihrer Arbeit zur Weltmusik festhält, scheint „The New Grove Dictionaries“, die – auch für die vorliegende Arbeit – beste Definition des Begriffs „World Music“ zu liefern. Demnach beruht dieses Musikgenre auf der Hybridität und der Vermischung verschiedener Musiktraditionen. Am häufigsten sind dabei folgende Ausprägungen:

- Mix aus Folkloremusik und diversen Elementen klassischer Musik.
- Mix aus Folkloremusik und Jazz, der seinerseits ebenfalls aus der volkstümlichen Musik der schwarzen Immigranten in Amerika entstand.
- Mix aus Folkloremusik und einem bestimmten Musikgenre populärer Musik des angelsächsischen Kulturkreises wie Pop-, Rock-, Dance-Musik bzw. Techno oder Rap.
- Mix unterschiedlicher Charakteristika der Folkloremusik verschiedener Kulturkreise.
- In letzter Zeit wird „World Music“ vorrangig als Synonym für die Volksmusik verschiedener ethnischer Gruppen verwendet.[223]

---

[221] Vgl. Milojević (2004), S. 8
[222] Vgl. Milojević (2004), S. 10
[223] Vgl. Milojević (2004), S. 10f

Die ersten Versuche einer Neuinterpretation der volkstümlichen Musik auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens – im Sinne von Weltmusik -, gab es bereits im 18. Jahrhundert in der serbischen Provinz „Vojvodina", die damals noch Teil der österreich-ungarischen Monarchie war. Chor-Rhapsodien waren die ersten bedeutenden Versuche zur Schaffung einer Synthese zwischen volkstümlichen Melodien des Balkans und der künstlerischen Bearbeitung und Einflussnahme nach dem Vorbild der mitteleuropäischen Musiktradition. Im Laufe der Geschichte haben Einflüsse aus verschiedenen Kulturen, Einzug in die Musik des Balkans gehalten. Die Anfänge des 20. Jahrhunderts waren beispielsweise durch die Integration des Akkordeons in die tägliche musikalische Praxis, gekennzeichnet.[224] Zusätzlich zum zweistimmigen Gesang, dem Spielen traditioneller Musikinstrumente und den folkloristischen Erscheinungsformen, die vom mitteleuropäischen „Dur-Moll-System" beeinflusst wurden, gibt es insbesondere in Serbien eine weitere musikalische Tradition, deren Ursprung in den Kulturen des Ostens liegt und die seit dem 14. Jahrhundert durch die türkische Herrschaft mitgenommen wurde.[225] Diese musikalischen Einflüsse wurden später durch weitere ergänzt. Insbesondere nach dem 2. Weltkrieg, war der Einfluss reisender Musikgruppen und einzelner Musiker aus Europa, die am Balkan auftraten, von Bedeutung. Am häufigsten handelte es sich um tschechische Künstler, die auf das musikalische Leben des Balkans, durch ihre klassische Musikausbildung und die eigene Kultur, einwirkten.[226] Generell betrachtet, hatte die Musik in der damaligen „Sozialistischen Föderativen Republik Jugoslawien" einen anderen Stellenwert, als in anderen kommunistischen Staaten. Jugoslawien ließ auch den Vorstoß der angelsächsischen Pop-Kultur zu, so dass sich in den 50ern ein bedeutender Kreis an Jazz-Anhängern samt einschlägigen Lokalen, etablieren konnte. Daneben fanden auf diesem Gebiet, auch Rock'n'Roll sowie andere Musikgattungen des Westens, ihre Anhänger.

Die heutige Balkanmusik, die aufgrund der folkloristischen Einschläge und Elemente, der World Music zuzuordnen ist, besteht in unterschiedlichen Formen und kristallisierte sich seit Anfang der 1990er Jahre heraus.[227] Sie reicht von der traditionalistisch geprägten Idee im Sinne des „Zurück zum Ursprung", über Ethno-Pop, dem diverse Musiker der Dance- und Folkmusik-Kategorie angehören, bis hin zu den Vertretern der sogenannten „World Fusion Music".[228] Daraus ist eindeutig erkennbar, dass World Music in einem weiten Sinne, auch die neukomponierte Volksmusik bzw. den Turbo-Folk, der selbst eine Mischung aus unterschiedlichen musikalischen Einflüssen und Genres darstellt, umfasst. In diesem Sinne könnte man die Weltmusik ganz einfach als eine Etikette verstehen, die jede Musikgattung mit folkloristischen Elementen und Einschlägen, umfasst. Dieser Problematik hat sich Anfang

[224] Vgl. Milojević (2004), S. 65
[225] Vgl. Milojević (2004), S. 66
[226] Vgl, Milojević (2004), S. 67
[227] Vgl. Sperlich (2011), S. 26
[228] Vgl. Milojević (2004), S. 68

der 1990er Jahre, eine kleine Gruppe von Jazz-Musikern angenommen und begann mit der Schaffung einer neuen Balkanmusik, die man als „Ethno-Jazz“ bezeichnet. Die Idee bestand darin, traditionelle, volkstümliche Melodien, in Jazz-Musik „umzuwandeln“, sprich diese als Jazz-Musik wiederzugeben.[229]

Diese Ausführungen machen deutlich, dass der Begriff der „World Music“ ein umfangreicher ist und dass man auf dem Balkan mehrere Musikrichtungen findet, die diesem folkloristisch geprägten Genre, zugeordnet werden können. Dieses umfasst unter anderem:

- die traditionelle Musik im herkömmlichen Sinne, die nun auf der Bühne dargeboten wird,
- „Ethno-Jazz“ (hier werden volkstümliche Melodien mit Jazz-Standards verbunden),
- „Ethno-Pop“ (dazu würde auch die Mehrheit der Turbo-Folk Protagonisten zählen),
- die Vermischung diverser Folkloremusik untereinander bzw. die Mischung zwischen Folkloremusik und Pop-Musik oder gar klassischer Musik,
- Aufführung traditioneller Musik im Rahmen von Ensembles, unter Verwendung traditioneller Musikinstrumente, die ursprünglich solistisch zum Einsatz kamen,
- populäre Musik, die auf traditioneller Musik beruht, wobei die Melodie unberührt bleibt und lediglich neue Elemente wie begleitender Gesang oder elektronische Musikinstrumente, hinzugefügt werden.

Wichtig ist die Feststellung, dass World Music des Balkans, zum Großteil auf der südserbischen, kosovarischen, mazedonischen, walachischen, ungarischen sowie der Roma Folkloremusik beruht.[230] Daneben ist der Einsatz, sowohl moderner als auch traditioneller Musikinstrumente, typisch. Im Rahmen der Weltmusik wurden damit Musikinstrumente wiederbelebt, die man seit Jahrzehnten nicht mehr in traditioneller Praxis angetroffen hatte.[231]

Da die Weltmusik häufig auf Elemente der Roma-Musik zurückgreift und eine Trennung dieser beiden Genres im Einzelfall (insbesondere bei den im Folgenden angeführten Musikern) schwierig sein kann, wird an dieser Stelle gemeinsam mit der Weltmusik, auch die Roma-Musik behandelt. Von der hier angeführten Roma-Musik ist jedoch, die im nachfolgenden Kapitel (6.3.3) beschriebene Blasmusik/Balkan Brass, die vorwiegend von Roma-Musikern performt wird, zu unterscheiden.

Die Bedeutung der Roma-Musiker, war während des Kommunismus besonders im Rahmen privater und halb-öffentlicher Feste wie Hochzeiten, Begräbnissen oder Taufen, hoch. Der orientalische Charakter sowie die generelle Stigmatisierung der Roma, trugen vor allem im öffentlichen und musikwissenschaftlichen Diskurs dazu bei, dass der Roma-Musik ein eigenständiger Volksmusikstatus abgesprochen wurde. In Folge dessen, galt die Musik als

[229] Vgl. Milojević (2004), S. 69
[230] Vgl. Milojević (2004), S. 70
[231] Vgl. Milojević (2004), S. 71

nicht förderwürdig oder wurde gar verboten.[232] Der Status der Roma in Jugoslawien, war aber grundsätzlich besser als beispielsweise in Rumänien oder Bulgarien. In Jugoslawien (und vor allem in Mazedonien) gab es daher eigene Festivals oder Roma-Radioprogramme. Ab den 1960ern konnten sich somit neben anderen, auch Roma-Stars etablieren. Zu den bekanntesten (die mittlerweile auch eine weltweite Bekanntheit erlangt haben), zählen die mazedonische Sängerin *Esma Redžepova* oder der legendäre, bereits verstorbene *Šaban Bajramović* (*1936 - †2008) aus Serbien, die beide der Roma-Kultur entstammen.[233]
Die 70er Jahre waren für die Roma-Musiker insofern von großer Bedeutung, da ab diesem Zeitpunkt auch sie, im Rahmen der Musikproduktion zunehmend auf Kassettentechnologie zurückgriffen und es ihnen folglich gelang, bei wichtigen Labels des Landes (Jugoton, RTB und Diskoton) unter Vertrag zu kommen.[234] Insbesondere die Romaminderheit Mazedoniens, konnte sich nach 1991, im öffentlichen Leben auch weiterhin behaupten und gewann auch international an Bedeutung. Sänger wie *Muharem Serbezovski* oder der Klarinettist und Saxophonist *Ferus Mustafov*, sind neben der bereits erwähnten *Esma Redžepova* international bekannte Stars der Roma-Musik.[235]

Folgende Auflistung enthält einige bedeutende Künstler, die dem Weltmusik-Genre sowie dem Genre der Roma-Musik, zuzuordnen sind:

[232] Vgl. Sperlich (2011), S. 13
[233] Vgl. Sperlich (2011), S. 14
[234] Vgl. Sperlich (2011), S. 14 zitiert nach Laušević (1996)
[235] Vgl. Sperlich (2011), S. 26 zitiert nach Rice (2000)

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Hazari	„Venac“ (Kranz), „Jesen u Cair parku“ (Der Herbst im Cair Park)
Biljana Krstić	„Puče puška“ (Das Gewehr feuerte), „Ergen dedo“ (Ergen dedo), „Rum dum dum“ (Rum dum dum)
Sanja Ilić i Balkanika[236]	„Cepaj“ (Zertrümmere), „Opasno“ (Gefährlich), „Plava ptica“ (Blauer Vogel)
Esma Redžepova[237]	„Dželem, dželem“ (Ich gehe, ich gehe)
Šaban Bajramović[238] (*1936 - †2008)	„Hanuma“ (Hanuma), „Maruška“ (Maruška), „Bubamara“ (Marienkäfer)

Tabelle 6: Interpreten der Weltmusik bzw. der Roma-Musik
Quelle: Eigene Darstellung

6.3.3 Balkan Brass/Blasmusik („bleh muzika“)

Obwohl eine Abgrenzung zur Weltmusik nicht immer ganz einfach ist, wird der Balkan Brass an dieser Stelle als eigene Musikgattung behandelt. Unter Balkan Brass versteht man eine Form der Blasmusik, die heute vorwiegend in Serbien und in Mazedonien (sowie in Teilen Rumäniens und Bulgariens) verbreitet ist. Die Entstehung der Balkan Brass Kapellen, deren Mitglieder vorwiegend Roma sind, wird heute in Verbindung mit den Orchestern der „gradska narodna muzika“ (städtische volkstümliche Musik) bzw. einer besonderen Form dieser städtischen volkstümlichen Musik, gebracht. Eine Besonderheit dieser Musikgattung waren sogenannte „čalgije“ – instrumentelles Musizieren in Gruppe, das seinen Ursprung im südlichen Serbien hatte. In den Städten südlichen Serbiens, entstand parallel zu den beschriebenen Orchestern, auch eine Schicht professioneller Musiker, die zumeist Roma waren. Sie übernahmen bzw. akzeptierten vor allem jene volkstümlichen Musikinstrumente, die mit dem Orient in Verbindung gebracht wurden. Heute wird angenommen, dass im 19. Jahrhundert aus diesen „čalgije-Orchester“, durch den Austausch von Musikinstrumenten, die heute bekannten und beliebten Roma bzw. Balkan Brass Orchester (bestehend aus

[236] Vgl. o.V. (Ilić, 2011), o.S.
[237] Vgl. o.V. (Redžepova, 2011), o.S.
[238] Vgl. o.V. (Bajramović, 2011), o.S.

Blechblasinstrumenten), entstanden sind.[239] Typisch für ein Balkan Brass Orchester sind Instrumente wie die Trompete, Flügelhorn, Tuba, Schlagzeug aber auch Saxophon. Die Musik ist dabei vorwiegend instrumental, wobei jedoch auch gesungen wird. Besonders die Filme von *Emir Kusturica*[240] und die Musikstücke von *Goran Bregović*[241], sind legendär und schon lange weltweit bekannt. Sie sind es auch, die wesentlich zur weltweiten Bekanntheit von „Balkan Brass" beigetragen haben. Besonderer Beliebtheit unter den Fans dieser Musikgattung, erfreut sich das berühmte „Guča-Trompetenfestival", das jährlich in dem kleinen serbischen Ort „Guča" stattfindet. Das Festival fand bereits im Jahre 1961 zum ersten Mal statt und war damals ein kleines Fest, das mit der Zeit jedoch wesentlich an Größe und Bedeutung gewann. Inzwischen nehmen Musiker aus allen Ländern am beliebten „Guča-Fest" teil. Der vorläufige Rekord wurde im Jahr 2002 erreicht, als über 300.000 Besucher kamen. Das Publikum besteht heute aus Menschen aus der ganzen Welt, so dass neben Ex-Jugoslawen, Besucher aus Deutschland, Österreich, Slowenien, Spanien, Frankreich, Dänemark, Russland, Griechenland, USA genauso wie aus China, Australien usw., am Festival teilnehmen. Namen wie *Boban Marković* oder *Goran Bregović* sind heute weltbekannt.[242]

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Boban Marković Orkestar[243]	„Ciganska tuga" (Zigeunertrauer), „Za Beograd" (Für Belgrad), „Noć je" (Es ist Nacht)
Goran Bregović	„Ederlezi" (Ederlezi), „Đurđevdan" (Đurđevdan), „Gas gas" (Gas, Gas), „Kalašnjikov" (Kalaschnikow) und viele Stücke der Rock-Band „Bijelo Dugme", deren Bandleader Bregović war.[244]

Tabelle 7: Interpreten des Balkan Brass/Blasmusik
Quelle: Eigene Darstellung

[239] Vgl. Milojević (2004), S. 66
[240] Vgl. o.V. (Kusturica, 2011), o.S.
[241] Vgl. o.V. (Bregović, 2011), o.S.
[242] Vgl. o.V. (Guča, 2011), o.S.
[243] Vgl. o.V. (Marković, 2011), o.S.
[244] Siehe dazu die Ausführungen im Kapitel 6.3.7

6.3.4 Neukomponierte Volksmusik („novokompovana narodna muzika/NKNM”)

Wie bereits weiter oben beschrieben, entwickelte sich die neukomponierte Volksmusik („novokomponovana narodna muzika“ - kurz NKNM) im ehemaligen Jugoslawien, bereits seit den späten 1960er Jahren. Es handelte sich um eine Musikgattung, die populär war und darüber hinaus eine gesamtjugoslawische Identität illustrierte. Sie richtete sich außerdem nach kommerziellen und nicht nach politischen Prinzipien. Die neukomponierte Volksmusik Ex-Jugoslawiens ist teilweise mit österreichischem volkstümlichem Schlager vergleichbar, musikalisch jedoch weitaus vielfältiger. Der neukomponierten Volksmusik liegen verschieden Traditionen zugrunde, die mit Elementen der westlichen Populärmusik und der türkischen „Arabesk-Musik“ vermischt werden. In der damaligen Zeit waren es somit einerseits viele verschiedene regionale Identitäten, die teilweise als gemeinsam empfunden wurden und andererseits die neu geschaffenen Stile der neukomponierten Volksmusik, die gemeinsame Identität transportierten.[245]

Kronja beschreibt die NKNM als eine Mischung aus traditionellen Melodien serbischer Volksmusik und urbanen Songs sowie russischen Balladen, Pop- und Rockmusik und populärer türkischer und griechischer Musik.[246] Vergleicht man dies mit der „Definition“ des Turbo-Folk, der im nächsten Kapitel näher dargestellt wird, so wird deutlich, dass einige Parallelen bestehen. Somit ist auch zwischen diesen beiden Genres eine eindeutige Trennung im Einzelfall durchaus mit Schwierigkeiten verbunden. Insbesondere wird die NKNM als Vorreiter des, in den 90ern entstandenen Turbo-Folks, gesehen.

Während der 1970er Jahre wurden aufgrund des gestiegenen materiellen Standards, Platten- und Kassettenspieler für viele Jugoslawen leistbar. In dieser Zeit entwickelte sich im ehemaligen Jugoslawien eine Musikindustrie, die vergleichbar mit den westlichen Produktions- und Präsentationssystemen der populären Musik dieser Zeit, war. Die führende kommunistische Elite, war damals insbesondere darum bemüht, in Jugoslawien die westliche Pop-Musik zu verbreiten. Die Unterhaltungsmusik („zabavna muzika“) wurde dabei als urban, positiv, elitär und wertvoll dargestellt, während die Volks- bzw. die neukomponierte Volksmusik, kritisiert und als rückständig und primitiv abgetan wurden.[247]

Nichtsdestotrotz war es die neukomponierte Volksmusik, die einen wesentlich größeren kommerziellen Erfolg erzielte. Unterhaltungsmusik richtete sich primär an die hohe und mittlere Bevölkerungsschicht, während das Publikum der „Neo-Folk-Musik“ aus einer ganzen Armee an Dorfbevölkerung, aus der Arbeiterklasse und der vorstädtischen Bevölkerung, bestand.[248] Damit richtete sich diese Musik an die niedrigere bis mittlere Schicht sowie die Arbeiterklasse, die sich in den Texten und der Betonung der orientalischen Rhythmen,

[245] Vgl. Hemetek (2004), S. 115
[246] Vgl. Kronja (2004a), S. 9; vgl. Rasmussen (1995), S. 243
[247] Vgl. Đurković (2004), S. 277
[248] Interessante Ausführungen zum Publikum der Neo-Folk-Musik im heutigen Serbien, finden sich bei Dragičević Šešić (1994).

wiederfanden. Die Texte der neukomponierten Volksmusik, handelten von der Trauer und der Sehnsucht nach dem Heimatort, von verlorengegangener Liebe, von der Kneipe („kafana“), von Verwandten und der Ferne.[249]

Die NKNM ist eng mit dem Phänomen der „kafanska p(j)evačica“ – Kafana-Sängerin (kafana = Kneipe) – verbunden. Bereits ab dem 18. Jahrhundert, war die „kafana“ der zentrale Ort der informellen Sozialisierung, der Pflege von Beziehungen und der Unterhaltung und zwar sowohl in den ländlichen, vorstädtischen als auch den städtischen Gebieten. Sie war ein Ort, an dem man Alkohol trinken, essen, Musik hören, tanzen und gemeinsam mit Freunden eine gute Zeit verbringen konnte. Bis Mitte des 20. Jahrhunderts, war die „kafana“ primär ein Treffpunkt der Männer, während in den letzten Jahren sowohl Männer als auch Frauen unterschiedlichen Hintergrundes, die „kafana“ besuchen. Die Live-Musik war dabei stets eines der wichtigsten Elemente und eine spezifische Unterhaltungsform in der „kafana“.[250]

Insbesondere die Frauen, spielten und spielen in den „kafana's“ am Balkan als „Unterhaltungskünstler“, eine wichtige Rolle. Fast alle von ihnen haben einen ländlichen Hintergrund, stammen aus Bauernfamilien bzw. Familien mit niedrigen Einkommen und das primär aus Serbien, Bosnien-Herzegowina sowie Mazedonien. Die „kafana“-Sängerinnen, beginnen in der Regel sehr früh mit ihrer Musikkarriere und zwar zumeist im Alter von 16 bis 17 Jahren, nach dem Abschluss der Pflichtschule, nachdem sie ihr Dorf verlassen haben, um in der Stadt einem besseren Leben nachzugehen.[251] Natürlich bestehen die „kafana“-Sänger nicht nur aus Frauen, die mit NKNM häufig verbundene Kritik, richtet sich aber sehr häufig an die Sängerinnen, da diese unter anderem mit ihren freizügigen Outfits, besonders oft der Kritik ausgesetzt waren/sind. Der „kafana“ kam und kommt im Rahmen der NKNM eine besonders wichtige Rolle zu, da sie der Ort ist, an dem dieses Musikgenre performt, erhalten und verbreitet wird und auch den Ort darstellt, von dem aus dieses Genre den Durchbruch ins Radio und generell in den Musikmarkt, schaffte. Die „kafana“ fungierte auch als „Quelle“ potenzieller Hits, denn kam ein Song bei dem „kafana“-Publikum gut an, wurde angenommen, dass er unmittelbaren Hit-Charakter haben würde. Die „kafana“ war also häufig jener Ort, auf dem Weg von einem anonymen Sänger zum bekannten Star, an dem Komponisten, Manager und andere Personen der Musikbranche, nach potenziellen, neuen Stars suchten.[252]

Die NKNM geriet immer mehr ins Visier der Kritiker, nachdem ab Mitte der 60er Jahre, die NKNM-Sängerinnen ihre traditionellen Outfits bei öffentlichen Auftritten, gegen modernere, urbanere Kleidung tauschten. Im Laufe der Jahre, wurden die Outfits immer mehr den westlichen Trends angepasst, die Frauen performten in immer aufreizenderen Kleidern und immer kürzeren Röcken. Zusätzlich zu diesen Änderungen, warf im Rahmen öffentlicher

[249] Vgl. Đurković (2004), S. 277
[250] Vgl. Hofman (2010), S. 143
[251] Vgl. ebitda
[252] Vgl. Hofman (2010), S. 151

Diskurse, auch deren Beziehung zur „kafana“, ein negatives Licht auf die Sängerinnen der NKNM, die häufig auch Ehefrauen und Mütter waren.[253]

Die neukomponierte Volksmusik änderte sich im Laufe der Zeit. Insbesondere während den 1980ern, wurden im Rahmen dieses Genres, einerseits besonders stark orientalische Elemente eingesetzt und andererseits wurde dem Trend der technologischen Modernisierung nachgegangen. In den Liedern der Sängerin *Lepa Brena* (Die schöne Brena) beispielsweise, kamen verstärkt Disco-Rhythmen zum Einsatz, während andere Sänger mit mediterranen, griechischen und türkischen Klängen experimentierten, andere wiederum wie *Halid Muslimović,* bauten in ihre Songs plötzlich die E-Gitarre ein.[254]

Insbesondere die Liberalisierung des Marktes, führte im ehemaligen Jugoslawien zu einer Demokratisierung populärer Musik. Große Teile der Elite, verzweifelten aber weiterhin aufgrund dieser Entwicklungen und der starken Verbreitung der „Neo-Folk-Musik“. Die Kritik mündete schließlich im „Kongress kultureller Aktion“ („kongres kulturne akcije“), der 1971 in „Kragujevac“ (Serbien) stattfand und bei dem sämtliche Kategorien populärer Kultur, als „Kitsch und Schund“ abgetan wurden. Die NKNM wurde vor allem mit Werteverfall und Vulgarität assoziiert. Man forderte sogar ein Verbot dieses Musikgenres. Im Ergebnis wurde in weiterer Folge, immer wieder der Kampf gegen Kitsch und Schund aufgenommen. Diese Entwicklungen sind von grundlegender Bedeutung auch für den Diskurs rund um die populäre Musik der 90er Jahre, die vor allem in Richtung Turbo-Folk ging.[255]

An dieser Stelle werden noch einige bekannte Vertreter der neukomponierten Volksmusik angeführt. Es handelt sich dabei ohne Ausnahme um Künstler, die bereits im damaligen Jugoslawien, große Bekanntheit erlangt haben.

Obwohl einige davon - wie *Toma Zdravković* (*1938 - †1991) oder *Silvana Armenulić* (*1939 - †1976) - heute nicht mehr am Leben sind oder nicht mehr aktiv performen, haben sie Grundsteine für diese Musikrichtung gelegt und ihre Stücke werden heute noch, von anderen Künstlern performt, so dass selbst neue, junge Generationen ihre Musik kennen.

[253] Vgl. Hofman (2010), S. 153f
[254] Vgl. Đurković (2004), S. 277
[255] Vgl. Đurković (2004), S. 277f

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Miroslav Ilić	„Nije život jedna žena“ (Das Leben ist nicht nur eine Frau)
Toma Zdravković[256] (*1938 - †1991)	„Za Ljiljanu“ (Für Ljiljana)
Nada Obrić	„Dugo te, dugo očekujem“ (Ich erwarte dich seit Langem)
Silvana Armenulić (*1939 - †1976)	„Noćas mi srce pati“ (Mein Herz leidet heut Nacht)
Halid Bešlić	„Neću, neću dijamante“ (Ich will keine Diamanten)
Lepa Brena*	„Jugoslovenka“ (Jugoslawin), “Sanjam” (Ich träume), “Luda za tobom” (Verrückt nach dir), „Udji slobodno“ (Komm nur rein)
Dragana Mirković*[257]	„Nešto lepo“ (Etwas Schönes), „Poslednje veče“ (Der letzte Abend)

Tabelle 8: Interpreten der neukomponierten Volksmusik (NKNM)/Neo-Folk
Quelle: Eigene Darstellung

* Insbesondere die Zuordnung der Sängerinnen *Lepa Brena* sowie *Dragana Mirković* zu einem bestimmten Volksmusikgenre ist schwierig. So haben beide seit Beginn ihrer Musikkarriere, in ihrer Musik verschiedene Elemente eingesetzt. Besonders die neueren Songs der Sängerinnen, sind eher dem Turbo-Folk als der NKNM zuzuordnen. Da sie jedoch auch immer wieder balladenartige Songs performen, ist eine eindeutige Zuordnung schwierig. Tatsache ist aber, dass beide ihre Karriere als Sängerinnen der neukomponierten Volksmusik begonnen haben.

6.3.5 Turbo-Folk und „Narodnjaci“

Die 1990er Jahre am Balkan, sind durch die Entstehung jüngerer Folkpop-Genres wie dem Turbo-Folk in Serbien oder den „Narodnjaci“ in Kroatien gekennzeichnet, wobei beide Genres, sowohl westliche als auch orientalische Elemente beinhalten.[258]
Antonije Pušić alias *Rambo Amadeus* – ein montenegrinischer Rock-Musiker - war es, der den Begriff „Turbo-Folk“ als Erster und das bereits 1988, in einem sarkastischen Sinne in

[256] Vgl. o.V. (Zdravković, 2011), o.S.
[257] Vgl. o.V. (Mirković, 2010), o.S.
[258] Vgl. Sperlich (2011), S. 26

einem seiner Songs verwendete.[259] In seinem Song „Turbo Folk“ aus dem Jahr 2005, beschreibt er den Begriff folgendermaßen: „Folk je narod, turbo je sistem ubrizgavanja goriva pod pritiskom u cilindar motora sa unutrašnjim sagorijevanjem. Turbo folk je gorenje naroda. Svako pospješivanje tog sagorijevanja je turbo folk. Razbuktavanje najnižih strasti kod homosapiensa.“ In direkter Übersetzung heißt dies: „Folk ist das Volk, Turbo ist das System der Treibstoffinjektion unter Druck in den Motorzylinder mit innerer Verbrennung. Turbo Folk ist die Verbrennung des Volkes. Jedes Antreiben dieses Verbrennungsvorgangs ist Turbo Folk. Das Aufflammen niederer Gelüste des Homosapiens.“[260] Außerdem fügt er hinzu „Ja nisam izmislio turbo folk, ja sam mu dao ime.“, was soviel heißt wie: „Ich habe den Turbo Folk nicht erfunden, ich gab ihm den Namen.“[261] Er ist es daher, der als Schöpfer des Begriffs gesehen wird.[262]

Die Entwicklung des Turbo-Folks ist auf die 1990er Jahre zurückzuführen. In den 90ern stellte die Neo-Folk-Musik bzw. neukomponierte Volksmusik besonders in Serbien, weiterhin das wichtigste Musikgenre für die Arbeiterschicht sowie die ländliche Bevölkerung, dar. In die Öffentlichkeit drangen jedoch immer mehr musikalische Formen vor, die nach formalen Charakteristika insbesondere der Dance- und Techno-Musik ähnelten.[263]
Đurković sieht insbesondere folgende Entwicklungen zu Beginn der 1990er Jahre, als mitverantwortlich für die zunehmende Bedeutung der NKNM sowie die Entstehung und Verbreitung des Turbo-Folks in Serbien:

- Aufgrund des Beginns der kriegerischen Auseinandersetzungen und der Reihe an Problemen, die damit einhergingen, zog sich der Staat aus seiner Rolle als Gestalter und Diktator der Kulturpolitik zurück. Der Rock’n’Roll verlor damit, die im ehemaligen Jugoslawien bis zu diesem Zeitpunkt bestehende Unterstützung, während gleichzeitig ein großer Kreis der Anhänger dieses Musikgenres, das Land verließ (jüngere, urbane Bevölkerung). Der Musikgeschmack wurde erstmals rein durch den Markt bestimmt und es entstand eine ganze Reihe an Sendern, die auf der Suche nach einem neuen Mainstream waren. Dieser entstand nach dem Low-Budget-System aus allem, was die Komponisten sammeln konnten.
- Darüber hinaus fand in Serbien ein paradox scheinender Prozess der gleichzeitigen äußerlichen Schließung und innerlichen Öffnung der Musikszene, statt. Nach 1992, wurden nämlich Sanktionen beschlossen, die den Menschen die Möglichkeit nahmen, westliche Länder zu besuchen und die kulturellen Werte aus dem Westen, in die Heimat mitzunehmen. Gleichzeitig kam es jedoch zur neuen technologischen

[259] Vgl. Grujić (2009), S. 3; vgl. Ćirjaković (2004), S. 11
[260] Vgl. Protokoll 3: Podiumsdiskussion „Phänomen Turbo-Folk“ im Anhang.
[261] Vgl. o.V. (Youtube 3, 2009), o.S.
[262] Vgl. Grujić (2009), S. 3; vgl. Ćirjaković (2004), S. 11; vgl. auch o.V. (Youtube 3, 2009), o.S.
[263] Vgl. Milojević (2010), o.S.

> Revolution, bedingt durch das Internet und Satellitenfernsehen, sowie zum Boom der Piraterie, so dass viele Jugoslawen die Möglichkeit bekamen, sowohl Filme, Disks als auch Computerprogramme, gratis oder zu symbolischen Preisen, zu beziehen. Diese Entwicklungen ermöglichten der Bevölkerung, sich dennoch den Werten der westlichen Popkultur anzunähern.[264]

Laut *Đurković* führten all diese Entwicklungen zu einer weiteren Demokratisierung der Musikszene, der Dynamisierung der Rhythmen sowie der Abnahme der Musik- und Textqualität. Gefragt war, was „wild, heftig, schnell und bislang unbekannt" war. Dies mündete schließlich im Vorherrschen stark vulgärer und besonders stark betonter orientalischer Rhythmen, die mit Techno-Elementen und anderen Elementen, kombiniert wurden.[265] Die daraus entstandene Musikgattung, wird als Turbo-Folk bezeichnet. Wichtig in diesem Zusammenhang erscheint auch die Feststellung, dass der Begriff „Turbo-Folk" nicht ausschließlich dieses, in den 90ern neu entstandene Musikgenre betitelt, sondern seitens Ethnomusikologen und weiterer Kritiker - besonders seitens Anhänger der klassischen Musik -, vielmehr im Zusammenhang mit dem gesamten Gebiet der populären Musik, verwendet wird. Turbo-Folk bezeichnet daher häufig mehr als nur ein Musikgenre und steht oft für eine ideologische Determinante.[266] Zu kritisieren ist daran besonders, dass Genres, die nicht dem urbanen Rock'n'Roll zuzuordnen sind, häufig sehr schnell als Turbo-Folk abgetan werden, ohne dass man sich der Erforschung dieser näher widmet. Im Ergebnis wird bereits seit Jahren lediglich ein rein abstrakter, ideologischer Diskurs darüber geführt, was Turbo-Folk eigentlich ausmacht und ob dies gut oder schlecht ist.[267]

Zieht man nur ein paar der zahlreichen Songs der populärsten Turbo-Folk-Sängerin *Ceca* aus verschiedenen Stadien ihrer Karriere und damit aus verschiedenen zeitlichen Perioden heran, wird man sehr schnell feststellen, dass unglaublich viele verschiedene Genres und musikalische Elemente, vorzufinden sind. Einzelne ihrer Songs beinhalten Elemente neukomponierter Volksmusik, aber auch der Pop-Musik, genauso wie Jazz-Elemente, Techno-Haus aber auch Elemente griechischer und Latino-Musik bis hin zu – für den Süden Serbiens typischer - Blasmusik.[268] Näheres über *Ceca* folgt noch etwas später im Rahmen dieses Kapitels.

Den Begriff „Turbo-Folk" (im Sinne des Musik-Genres) genau zu definieren, ist daher genauso schwierig, wie die beiden kontroversen Begriffe „World Music" oder „Pop-Musik" zu präzisieren. Ausreichend erscheint in diesem Zusammenhang die Erklärung, dass Turbo-Folk durch die stufenweise Hinzufügung elektrischer und elektronischer Klänge sowie

---

[264] Vgl. Đurković (2004), S. 279
[265] Vgl. Đurković (2004), S. 279f
[266] Vgl. Đurković (2004), S. 280; vgl. Kronja (2004), S.103
[267] Vgl. Đurković (2004), S. 280
[268] Vgl. ebitda

populärer westlicher Rhythmen (von Rock und Disco-Musik, über Acid-Jazz, Hip-Hop bis Dance-Musik) zu der neukomponierten Volksmusik des Balkans, entstanden ist. Wie jede andere populäre Musikgattung, richtet sich auch der Turbo-Folk an die jüngere Bevölkerung und ist durch das „sich nach der Masse-Richten“ sowie eine begrenzte Lebensdauer gekennzeichnet.[269] Turbo-Folk ist dabei eine Musikgattung, die lokal betrachtet, spezifisch für Serbien ist, die jedoch in gewissen Variationen auch in anderen Staaten ehemaligen Jugoslawiens (z.B. als „Narodnjaci“ in Kroatien), dargeboten wird.[270]
Die Grenzen dieser serbischen, „liquiden Musikmischung“ zu bestimmen, ist alles andere als einfach. Manche der Interpreten sind mehr „turbo“, während andere mehr „folk“ sind. Selbst ein großer Teil der zur sogenannten Unterhaltungsmusik gehörenden Musiker, hat sich immer wieder verschiedener Elemente des Turbo-Folks bedient. Verschiedene Autoren und Komponisten nutzten Elemente aus dem „Turbo-Folk“ benachbarter Länder, allen voran der griechischen „Skiladika“ (wegen dem Geheul im Gesang mit „Hundemusik“ übersetzbar) und dem türkischen Pop. Der Turbo-Folk war für viele Musiker eine verlockende, kommerzielle, gleichzeitig jedoch auch risikoreiche und verschriene Etikette.[271]

Das negative Image ist – abgesehen von den Kritikpunkten an der neukomponierten Volksmusik, aus der der Turbo-Folk hervorging - vorwiegend auf die Tatsache zurückzuführen, dass zahlreiche Kritiker den Turbo-Folk als eine Erfindung des kriminellen Regimes von *Milošević* in Serbien, dargestellt haben.[272] Die Meinungen hierzu gehen auseinander. In der Literatur stößt man sowohl auf Autoren, die dies bejahen als auch auf solche, die es verneinen. Unterhält man sich mit Musikern vom Balkan oder auch mit anderen Ex-Jugoslawen – unabhängig von ihrem Beruf –, wird man sowohl die eine als auch die andere Meinung hören. Das Thema ist also äußerst umstritten.[273]
Tatsache bleibt, dass Turbo-Folk während der *Milošević*-Ära Bestandteil eines „glamourösen Lebensstils“ war. Dieser ging von der aufstrebenden Elite aus und war besonders mit einem problematischen Wertesystem behaftet, das von Glorifizierung von Verbrechen und Gewalt, über Konsumorientierung bis hin zur Geschleterstereotypisierung (der wahrhafte Mann vs. die schützenwürdige Frau) reichte. Problematisch in diesem Zusammenhang war auch die starke mediale Verbreitung des Turbo-Folks, vor allem durch die nationalen Sender wie TV Pink, TV Palma oder TV Košava.[274]
Als erfolgreichste Turbo-Folk-Sängerin gilt, die zuvor genannte *Svetlana Ražnatović* alias *Ceca,* Witwe des Kriegsverbrechers *Željko Ražnatović*, die selbst immer wieder in Verbindung mit dem *Milošević*-Regime sowie illegalem Waffenbesitz und anderen

[269] Vgl. Ćirjaković (2004), o.S.
[270] Vgl. Grujić (2009), S. 3
[271] Vgl. Ćirjaković (2004), o.S.
[272] Vgl. Ćirjaković (2004), o.S.
[273] Vgl. Ćirjaković (2004), o.S.
[274] Vgl. Kronja (2004a), S. 5f

Skandalen, gebracht wurde und wird. Ihr Erfolg blieb bis heute jedoch ungebrochen, so dass ihre Konzerte von bis zu 100.000 Menschen besucht werden.[275]

Insgesamt sind im Hinblick auf die Kritik am Turbo-Folk, drei Standpunkte vorherrschend:

- Der Standpunkt der Traditionalisten, der kulturellen Konservativen sowie der selbsternannten Nationalisten (dazu zählt unter anderem der Sänger *Miroslav Ilić*), die im Turbo-Folk eine Art Angriff des Islams auf die serbische geistige Tradition sehen. Die Vertreter sind der Meinung, dass die kommunistische Regierung, den Serben absichtlich derartige orientalische bzw. asiatische Elemente aufgezwungen habe und dass diese der serbischen Kultur, an und für sich fremd seien.[276]
- Der Standpunkt sogenannter Globalisten und Kosmopoliten, die sich vorwiegend aus der - vor der *Milošević*-Ära – herrschenden, kommunistischen Elite, zusammensetzte. Obwohl diese Gruppe als gänzlich entgegengesetzt der erstgenannten gilt, sah auch sie im Turbo-Folk die größte Gefahr für die Kultur. Im Unterschied zur ersten Gruppe, war man aber der Meinung, dass Turbo-Folk ein nationalistisches Produkt sei, mit welchem *Milošević*, die Rock'n'Roll-Kultur vernichtete (die seitens der Kommunisten als eine urbane Musikgattung gesehen wurde, die alle hören sollten).
- Anfang der 2000er, entstand schließlich noch ein weiterer Standpunkt, vertreten durch Linksorientierte, die die Vertreter der ersten beiden Gruppen als kulturelle Rassisten erleben, welche sich an den orientalischen Elementen stören. Diese dritte Gruppe vertritt die Meinung, dass so etwas wie nationale Kultur gar nicht existiere und dass Turbo-Folk als Mischung aller möglichen Elemente, eine sehr gute Richtung sei, weil er unter anderem die Globalisierung in Serbien darstellen würde. Diese Gruppe beherrscht heutzutage große Teile der Kulturpolitik Serbiens und repräsentiert in einem Sinne das, was heute im Westen als vorherrschendes, ideologisches Paradigma gilt.[277]

Aus den zahlreichen Kritikpunkten betreffend Turbo-Folk, sollen hier einige angeführt werden: Der Journalist der serbischen Zeitung „Nin" - *Zoran Ćirjaković* – vertritt die Meinung, dass *Milošević* zwar einen offensichtlichen politischen Nutzen von Turbo-Folk hatte, dass diese Musikgattung jedoch wegen *Milošević* viel mehr verloren, als bekommen habe. Hätte es den politischen Missbrauch und das Aufzwingen *Miloševićs* in den Medien nicht gegeben und wäre Turbo-Folk nicht ausgerechnet zur Kriegszeit und in der Periode der

[275] Vgl. Kronja (2004a), S. 15
[276] Vgl. Đurković (2004), S. 280f
[277] Vgl. ebitda

Wirtschaftskrise entstanden – so *Ćirjaković* –, wäre die Musikgattung heute noch beliebter, verführerischer und qualitativ wesentlich hochwertiger.[278]

Zum Thema Turbo-Folk, fand im Mai 2010, eine spannende Podiumsdiskussion im damaligen Café „Palazzo“ auf der Ottakringer Straße, statt. Einer der Teilnehmer war, der aus Bosnien stammende und in Wien lebende Musiker, *Edin Bosnić.* Sein Statement dazu war: „An meinen schlechten Tagen denke ich, dass Turbo Folk als Mittel erfunden wurde, um das Volk in einen Zustand zu bringen, in dem man es leicht zu politischen und später auch kriegerischen Zwecken manipulieren kann. An meinen guten Tagen denke ich, dass es nicht so schlimm ist. Es hat sich der Kontrolle entzogen, und es kommt wieder in Ordnung. In allen anderen Situationen denke ich, dass beides stimmt und, dass Turbo Folk durch diese zwei Situationen entstanden ist.“ *Bosnić* ergänzte diese Aussage, durch einige allgemeine Informationen. Der Turbo-Folk hätte nach *Titos* Tod zu blühen angefangen und damals hätten Nationalisten in Ex-Jugoslawien das vorbereitet, was in den 90ern tatsächlich folgte. Die Musik sei dafür gut geeignet gewesen. Schon in den 70ern hätten im ehemaligen Jugoslawien, die TV-Sender mit der Produktion der neukomponierten Volksmusik begonnen, die damals jedoch viel ästhetischer war, als sie es heute zum Großteil ist. Nach *Bosnić* ist der Turbo-Folk zu einem Lifestyle geworden. In Kroatien sei er weiterhin eine Subkultur, die keinen Platz im öffentlichen Radio oder Fernsehen habe, während das in Serbien ganz anders aussehe. *Bosnić* ist dabei der Meinung, dass Turbo-Folk nicht verboten gehört, aber auf jeden Fall keine Unterstützung seitens des Staates bekommen sollte. Mittlerweile sei es jedoch bereits soweit gekommen, dass sich Turbo-Folk sehr gut selbst verkaufe und somit keine Unterstützung mehr notwendig habe.[279]

Viele Autoren teilen diese Meinung bzw. sind auf der Contra-Turbo-Folk-Seite angesiedelt.

Der in Wien lebende *Fikret Vukalić* alias *Fantom*, einer der wichtigsten Organisatoren großer Konzerte bekannter Balkanstars, meinte dazu: “… Heute haben wir am Balkan Künstlerinnen, die halbnackt auftreten, die sich weder benehmen noch richtig reden, geschweige denn singen können, die aber dennoch sehr viel Geld verdienen. Das, was diese Leute unserer Jugend präsentieren, das ist meiner Meinung nach, einfach nur schändlich. Ich möchte damit nicht sagen, dass man es ihnen verbieten sollte, es ist Geschmacksache. Ich denke mir heute oft, wenn ich gewisse Sachen in Punkto Musik sehe, dass es so was zu meiner Zeit nicht gab. Damals wussten wir, was Qualität bedeutet. Damals hätten solche Stars, nicht mal eine einzige Zeile in der Zeitung verdient oder wären im Fernsehen erwähnt worden, weil dafür bestimmte Kriterien ausschlaggebend waren, die sie nicht erfüllen. Heute gibt’s wer weiß wie viele solche Zeitschriften oder TV-Sender. Die interessieren sich nur für die Affären solcher Musiker, wer ist mit oder ohne Slip sonst wo

[278] Vgl. Ćirjaković (2004), o.S.
[279] Vgl. Protokoll 3: Podiumsdiskussion „Phänomen Turbo Folk“ im Café Palazzo, vom 28. 05. 2010 im Anhang.

aufgetaucht, wer schläft mit wem usw. Das ist es, was verfolgt und mit großen Schlagzeilen angekündigt wird. Aber, was interessiert es mich schon, mit wem eine Jelena Karleuša oder sonst wer zusammen ist oder mit wem sie gerade schläft. Und, dass sie halbnackt auf die Bühne kommt, na ja, klar, sie muss ja irgendwas zeigen, denn singen kann sie nicht. […] Diese Stars, von denen ich gerade gesprochen habe, sind aber sehr berühmt und verdienen unglaublich viel Geld. Und daran sind hauptsächlich die neuen TV-Sender und Medien Schuld, die werden von sonst wem betrieben. Das ist heute einfach so. Die Jugend wird damit heutzutage regelrecht verseucht...“[280]

Diese Hinweise lassen erahnen, dass Turbo-Folk, das mit Abstand meist diskutierte und wohl auch kritisierte Musikgenre des Balkans ist. Zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten (sowohl vom Balkan als auch außerhalb seiner Grenzen), beschäftigen sich mit diesem Phänomen.

Während in Serbien Turbo-Folk entstand und blühte, entwickelte sich in Kroatien eine eigene Version dieses Genres, die genauso aus neukomponierter Volksmusik entstand und vorwiegend mit Disco- und Dance-Elementen kombiniert wurde – „Narodnjaci“.[281] Insbesondere die Stigmatisierung des Turbo-Folk als etwas Serbisches und Verfeindetes, war in Kroatien der 1990er Jahre äußerst problematisch. Das Thema wurde vor allem 2006 besonders heftig diskutiert, nachdem die kroatische Sängerin *Severina Vučković* mit dem Song „Moja štikla“ (Mein Stöckelschuh), der in kroatischer Öffentlichkeit als Turbo-Folk schlechthin abgestempelt wurde, als Vertreterin Kroatiens beim Eurovision Song Contest, ausgewählt wurde.[282]
Diverse kroatische Fernsehsendungen beschäftigten sich mit dem Thema Turbo-Folk, es wurden Reportagen in den beliebtesten Diskotheken in Zagreb und Osijek gedreht, wo die Auftritte bekannter serbischer Turbo-Folk-Stars mit überfüllten Lokalen einhergingen. Auch zeigte man die Ergebnisse einer Umfrage der Zeitung „Jutarnji List“, laut welchen ganze 43% der Schüler in Abschlussklassen der Gymnasien und anderen Mittelschulen der größten kroatischen Städte, Turbo-Folk hören sollen.[283]
Alen Borbaš, Freiwilliger des Balkankrieges der 90er Jahre, war zugleich der erste Soldat der „Jugoslawischen Nationalarmee“ („JNA“), der aus der „JNA“ floh und es dadurch auf die Titelseiten schaffte. Er erzählte in einer kroatischen Fernsehsendung, dass man als kroatischer Patriot durchaus Liebe für Turbo-Folk hegen kann und dass dies, weder eine pro-serbische noch eine anti-kroatische Tat, darstelle. *Borbaš* hört nach eigenen Angaben, einerseits gerne die kroatischen Sänger *Miroslav Škoro*, *Mato Bulić* oder *Marko Perković*

[280] Vgl. Protokoll 1: Experteninterview mit Fikret Vukalić im Anhang.
[281] Vgl. Sperlich (2011), S. 28 zitiert nach Baker (2008)
[282] Vgl. Papan (2007), o.S.
[283] Vgl. ebitda

Thompson[284], die allesamt patriotische und im Fall vom *Thompson*, auch „anti-serbische" und „Ustaša"[285]-verherrlichende Songs in ihrem Repertoire haben. Andererseits, mag er auch die Musik der serbischen Turbo-Folk-Stars wie *Ceca* oder *Seka Aleksić*.[286] Dies scheint in Kroatien sowie in großen Teilen Herzegowinas (wo viele Kroaten leben), ein häufig anzutreffendes Phänomen zu sein, was auch die Autorin, die selbst aus Herzegowina stammt, aus eigenem Bekannten- und Freundeskreis kennt.

Trotz des offiziellen „Verbotes" während der 1990er Jahre, hörte man die neukomponierte Volksmusik heimlich in manchen Zagreber Clubs. In Post-*Tuđman*-Kroatien, nahm dieses Phänomen zunehmend überhand. Obwohl kroatische TV-Kanäle keine Musik serbischer Sänger spielten, hörten viele Kroaten diese Musik mit Hilfe des Satellitenfernsehens, auf Sendern wie TV Pink oder BK-TV. Platten serbischer Volksmusikstars verkauften sich wesentlich besser als die der kroatischen Sänger. Obwohl Konzerte bekannter (serbischer) Volksmusikstars, zunächst vorwiegend versteckt vor der Öffentlichkeit, in kleineren Clubs und Diskotheken stattfanden, entwickelten sich diese bis zum Jahr 2004 in ganz Kroatien zur üblichen Praxis. Träume vom besseren Leben, Reichtum, vom Glamour und Ruhm, wurden zu einer Gemeinsamkeit für alle und zwar unabhängig von ihrer ethnischen Zugehörigkeit. Turbo-Folk bzw. Volksmusik im Allgemeinen bzw. Orte an denen diese gehört werden, werden am Balkan bzw. unter den Ex-Jugoslawen, häufig mit besonders lockerer, toller Atmosphäre, viel Spaß und den schönsten Frauen, in Verbindung gebracht.[287]

In der Literatur wird angemerkt, dass lediglich vier Musikgenres bzw. –stile, als legitim „kroatisch" bekannt sind: Pop-Musik zentraleuropäischer Art, Musik der Songwriter und der Pop- und Rock-Interpreten, dalmatinische leichte Noten und der „Klapa-Gesang" sowie die slawonischen Tamburica-Spieler.[288]

Folgende Auflistung enthält vorwiegend serbische Turbo-Folk-Stars (die im Rahmen dieses Genres die überwiegende Mehrheit darstellen), während lediglich *Severina* als Vertreterin der kroatischen „Narodnjaci" angeführt ist.

---

[284] Vgl. o.V. (Thompson, 2011), o.S.

[285] Ustascha bzw. Ustaša gehörten während des 2. Weltkrieges, der kroatischen faschistischen Bewegung an und waren damit Anhänger des Faschismus sowie des Nationalsozialismus.

[286] Vgl. Papan (2007), o.S.

[287] Vgl. Papan (2007), o.S.

[288] Vgl. Papan (2007), o.S. zitiert nach Baker (2007)

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Svetlana Ražnatović – Ceca[289]	„Kukavica“ (Feigling), “Beograd” (Belgrad), “Oproštajna večera” (Abschiedsessen), „Zabranjeni grad“ (Verbotene Stadt), „Igračka samoće“ (Spielzeug der Einsamkeit)
Jelena Karleuša[290]	„Slatka mala“ (Süße Kleine), „Muškarac koji mrzi žene“ (Frauenhasser), „Casino“ (Casino)
Aco Pejović	„Vrata pakla“ (Tür zur Hölle), „Taksi“ (Taxi)
Seka Aleksić[291]	„Posledjni let“ (Der letzte Flug), „Rodjena s vukovima“ (Geboren mit den Wölfen), „Aspirin“ (Aspirin)
Nikola Rokvić	„Oprosti mojoj mladosti“ (Vergib es meiner Jugend), „Ja sam tvoj i kad spavam sa njom“ (Ich bin deins, selbst wenn ich mit ihr schlafe)
Severina Vučković*	„Moja štikla“ (Mein Stöckelschuh), „Gas, gas“ (Gas, Gas), „Lola“ (Lola), „Tridesete“ (Die Dreißiger)

Tabelle 9: Interpreten des Turbo-Folk (Serbien) und der Narodnjaci (Kroatien)
Quelle: Eigene Darstellung

* Die Sängerin *Severina Vučković* kann man schwer nur dem Genre der kroatischen „Narodnjaci“ zuordnen, viele ihrer Songs gehören aber eben diesem Genre an oder enthalten zumindest derartige Elemente. Man könnte die Sängerin aber genauso dem Pop-Genre zuordnen, denn viele andere ihrer Songs, würden eher in diese Gruppe fallen. Besonders durch ihre Zusammenarbeit mit *Goran Bregović*, kamen in ihren Stücken verstärkt auch Volksmusikelemente zum Einsatz. Das Stück „Gas, Gas“ stammt beispielsweise von *Bregović.*

[289] Vgl. o.V. (Ceca, 2003/2010), o.S.
[290] Vgl. o.V. (Karleuša, 2011), o.S.
[291] Vgl. o.V. (Aleksić, 2011), o.S.

6.3.6 Pop-Musik

Der Begriff der Pop-Musik, umfasst hier Musiker und Bands, die der sogenannten „zabavna muzika“, sprich der Unterhaltungsmusik zuzuordnen sind. Grundsätzlich zählt man dazu – in Abgrenzung zur Volksmusik – sowohl Pop- als auch Rock-Musik. Die Rock-Musik wird im Rahmen dieser Arbeit im nächsten Unterkapitel, gesondert behandelt. Der Pop-Musik-Begriff umfasst hier Sänger wie *Zdravko Čolić*, *Dino Merlin* oder *Gibonni,* die neben anderen Songs, auch viele Balladen in ihrem Repertoire haben. Auch hier ist wiederum eine trennscharfe Zuordnung nicht einfach, denn selbst einer der beliebtesten Balkan-Popstars - *Zdravko Čolić* -, hat insbesondere bei seinen letzten Alben, häufig auf Elemente der Volksmusik zurückgegriffen, was unter anderem ebenfalls auf die Zusammenarbeit mit *Goran Bregović*, der einige Stücke für ihn schrieb, zurückzuführen ist.

Auch *Balašević* könnte neben dem Pop-, sehr wohl auch dem Rock-Genre zugeordnet werden. Daher soll auch hier die Zuordnung nicht streng genommen werden, denn bei einzelnen Künstlern, ist diese keinesfalls einfach.
Generell kann man sagen, dass die Pop-Musik und Rock-Musik-Interpreten, die im Folgenden angeführt werden, insgesamt dem Genre der Unterhaltungsmusik („zabavna muzika“) zugeordnet werden können.

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Zdravko Čolić[292]	„Ti si mi u krvi“ (Du bist in meinem Blut), “Kao moja mati” (Wie meine Mutter), „Zvao sam je Emili“ (Ich nannte sie Emili), “Noć mi te duguje“ (Die Nacht schuldet dich mir)
Dino Merlin[293]	“Nešto lijepo treba da se desi” (Etwas Schönes sollte geschehen), „Moj je život Švicarska“ (Mein Leben ist die Schweiz), „Da je tuga snijeg“ (Wenn die Trauer der Schnee wäre), „Lejlo“ (Lejla)
Oliver Dragojević[294]	„Oprosti mi, pape“ (Verzeih mir, Papa), „Duša mi je more“ (Meine Seele ist das Meer), „U ljubav vjere nemam“ (Ich glaube nicht an die Liebe)
Toše Proeski[295] (*1981 - †2007)	“Igra bez granica“ (Spiel ohne Grenzen), „Još i danas zamiriše trešnja” (Heute noch duftet der Kirschbaum), „Bože, brani je od zla“ (Gott, beschütze sie vor dem Bösen), „Žena balkanska“ (Frau vom Balkan)
Đorđe Balašević[296]	„Priča o Vasi Ladačkom“ (Die Geschichte über Vasa Ladački), „D-Mol“ (D-Moll), „Čovek sa mesecom u očima“ (Der Mann mit dem Mond in den Augen), „Galicia“ (Galizien)
Gibonni[297]	„Libar“ (Libar), „Tempera“ (Tempera)
Saša Kovačević	„Ludak“ (Narr), „Lažu te“ (Sie lügen dich an), „Ruka za spas“ (Die rettende Hand)

Tabelle 10: Interpreten der Pop-Musik
Quelle: Eigene Darstellung

[292] Vgl. o.V. (Čolić 1, 2011), o.S.
[293] Vgl. o.V. (Merlin, 2011), o.S.
[294] Vgl. o.V. (Dragojević, 2011), o.S.
[295] Vgl. o.V. (Proeski, 2011), o.S.
[296] Vgl. o.V. (Balašević, 1999-2010), o.S.
[297] Vgl. o.V. (Gibonni, 2011), o.S.

6.3.7 Rock-Musik

Rock-Musik war ab den 1960ern im ehemaligen Jugoslawien, sehr beliebt. Das Land verfolgte bezüglich dieser Musikgattung, verglichen mit anderen kommunistischen Staaten, die liberalste Politik. In den 60er Jahren, hatte Rock-Musik einen symbolischen Charakter, was auf den jugoslawischen Staat selbst, der die Musik nicht nur tolerierte sondern auch symbolisch nutzte, zurückzuführen war. In dieser Zeit entstand eine lebendige „Jugo“- bzw. „YU-Rock“-Kultur.[298] Verschiedene Entwicklungen der 60er und 70er Jahre (wie z.B. Import westlicher Schallplatten, diverse Festivals, Radiosender, Tonträgerlabels etc.), trugen zu einer weiteren Verbreitung und Beliebtheit dieses Musikgenres bei.[299] Die Rock-Musiker trugen im damaligen Jugoslawien wesentlich zu einer „Verwestlichung“ bei, was sich unter anderem an der jahrzehntelangen Teilnahme des Landes am „Eurovision Song Contest“ bemerkbar machte, den Jugoslawien 1989 auch gewann. Die Rockszene entwickelte sich vielseitig, so dass sich auch internationale Trends wie Industrial Rock, Punk und Techno, etablieren konnten. Der Bürgerkrieg der 90er Jahre führte dazu, dass sich die zahlreichen Rock-Bands aus verschiedenen Teilen ehemaligen Jugoslawiens, auch unterschiedlich positionierten (vom Nationalismus bis zur Antikriegsbewegung) und dass viele der Rockmusiker das Land verließen.[300]
Auch nach dem Bürgerkrieg gab es faschistoide, nationalistische Tendenzen innerhalb des Musikgenres. Das bekannteste Beispiel dafür, ist zweifellos der – bereits erwähnte - kroatische Folk- und Rock-Sänger *Marko Perković Thompson,* der als ehemaliger Soldat aus dem *Tuđman*-Regime hervorging. Wie schon zuvor erwähnt, greift er in seinen Texten häufig auf volkstümliche Metaphern zurück und stellt Bezug zum faschistischen Ustaša-Regime des 2. Weltkrieges her. Trotz dessen oder gerade deshalb, gibt es in Kroatien durchaus viele *Thompson*-Fans, was seine äußerst gut besuchten Konzerte beweisen.[301] Nichtsdestotrotz wurden seine Konzerte sowohl in Kroatien als auch in der Diaspora, schon mehrmals verboten. Es gibt aber sowohl in Kroatien als auch in Serbien auch eine alternative Rockmusikszene, die sich aus der Antikriegsbewegung entwickelte.[302]

Nicht zu vergessen ist die Entwicklung des „Sevdah-Rock“ in den 1990er Jahren, der als eine zeitgenössische Art der traditionellen Sevdalinka, beschrieben werden kann. Zu den wichtigsten Vertretern zählt - der hier unter Pop-Musik angeführte - *Dino Merlin,* der als einer der größten Stars der bosnischen Pop-Musik gesehen werden kann.[303] Er vertrat Bosnien-

[298] Vgl. Sperlich (2011), S. 18
[299] Vgl. Sperlich (2011), S. 19f
[300] Vgl. Sperlich (2011), S. 31f
[301] Vgl. Sperlich (2011), S. 32 zitiert nach Baker (2005) und Gorin (2007)
[302] Vgl. Sperlich (2011), S. 32
[303] Vgl. Sperlich (2011), S. 33 zitiert nach Rasmussen (2007)

Herzegowina schon mehrmals beim Eurovision Song Contest, zuletzt im Mai 2011, als er mit dem Titel „Love in rewind“, den 6. Platz einräumte.[304]
An dieser Stelle werden auch einige bekannte Rock-Musik-Interpreten beispielhaft angeführt.

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Bijelo Dugme	„Evo zaklet ću se“ (Ich werde schwören), „Lipe cvatu“ (Die Linden blühen), „Ružica si bila“ (Du warst eine Rose), „Loše vino“ (Schlechter Wein)
Indexi	„Bacila je sve niz rijeku“ (Sie warf alles den Fluss runter), „Sanjam“ (Ich träume), „Žute dunje“ (Gelbe Quitten)
Ekaterina Velika	“Kao da je bilo nekad” (Als ob es damals war), „Krug“ (Kreis), „Dečak iz vode“ (Der Junge aus dem Wasser)
Momčilo Bajagić-Bajaga	„Tišina“ (Die Stille), „Moji drugovi“ (Meine Freunde), „Ovo je Balkan“ (Das hier ist Balkan), „Tamara“ (Tamara)
Divlje Jagode	„Jedina moja“ (Nur du), „Krivo je more“ (Das Meer ist schuld), „Marija“ (Maria), „Zauvijek tvoj“ (Für immer deins)
Regina[305]	„Sama“ (Allein), „Bježi dok sam mlad“ (Geh, solange ich jung bin), „Ljubav nije za nas“ (Die Liebe ist nichts für uns), „Bistra voda“ (Klares Wasser)

Tabelle 11: Interpreten der Rock-Musik
Quelle: Eigene Darstellung

6.3.8 Hip-Hop

Die Anfänge des Hip-Hops sind eng verbunden mit dem New Yorker Stadtviertel Bronx. Im Zuge der Deindustrialisierung verließ mehr als die Hälfte der reichen weißen Bevölkerung die Bronx, während die restliche – dort verbliebene – Bevölkerung, so zu sagen sich selbst überlassen wurde. Im Ergebnis wurde die Bronx von zahlreichen Gangs überflutet, Raubüberfälle und Brandstiftungen standen ab diesem Zeitpunkt an der Tagesordnung. 1971

[304] Vgl. o.V. (Eurovision Song Contest, 2011), o.S.
[305] Vgl. o.V. (Regina, 2009), o.S.

mündete der „große Waffenstillstand“ zwischen den Gangs der Bronx, schließlich in einer wahrhaftigen Explosion der kreativen künstlerischen, tänzerischen und musikalischen Energie namens Hip-Hop.[306] Im Laufe der darauffolgenden drei Jahrzehnte, gewann Hip-Hop stark an Einfluss, so dass die Musikgattung heute – obwohl sie zum Teil der kommerziellen Industrie wurde – weiterhin zu den einflussreichsten künstlerischen Bewegungen zählt. Als großer Vorteil dieser Musikgattung, wird ihre Anpassungsfähigkeit an lokale Bedingungen gesehen, die schließlich auch zu ihrer raschen Verbreitung in der Gesellschaft weltweit führte. Genauso wie in den meisten anderen Staaten, befassen sich die Rapper auf dem Balkan, im Rahmen ihrer Texte, vorwiegend mit den gesellschaftlichen Problemen. Dazu zählen in den letzten Jahren, primär die nationalen Spaltungen und Unterschiede, genauso wie negative gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen am Balkan. Dabei sind der Balkankrieg sowie die damit verbundene Politik die häufigsten Kritikpunkte, auf die im Rahmen der Texte verwiesen wird.[307] Im Folgenden werden einige bekannte Vertreter beispielhaft angeführt:

Bekannte Vertreter	Bekannte Stücke und Links
Edo Maajka[308]	„Za Mirzu“ (Für Mirza), „Molitva“ (Das Gebet), „Bomba“ (Bombe)
Tram 11	„Za 10 godina“ (In zehn Jahren), „Pad sistema“ (Systemabsturz)
Gru	„I dalje me žele“ (Sie wollen mich immer noch), „Biću tu“ (Ich werde da sein)
El Bahattee	„Mentalitet 99“ (Mentalität 99), „Bratstvo i jedinstvo“ (Brüderlichkeit und Einigkeit)

Tabelle 12: Interpreten des Hip-Hops
Quelle: Eigene Darstellung

6.3.9 Sonstiges

Interessierte Leser seien für Ausführungen zur (weiteren) typischen Musik des Balkans – und hier insbesondere zur regionalspezifischen Musik –, auf zusätzliche Literatur verwiesen. Interessante Ausführungen finden sich unter anderem bei *Bartok/Lord* (1978): „Yugoslav Folk Music – Serbo Croatian Folk Songs and Instrumental Pieces“, *Buchanan* (2007):

[306] Vgl. Cvitanović (2009), S. 323
[307] Vgl. Cvitanović (2009), S. 323
[308] Vgl. o.V. (Maajka, 2011), o.S.

„Balkan popular culture and the Ottoman encumene – music, image and regional political discourse“, *Cartwright* (2008): „Balkanblues und Blaskapellen“, *Lubej/Hemetek* (1996): „Musik der Bosnier im Raum Wien“, *Milojević* (2010): „Turbo-folk: World Music ili postmoderni Vavilon?“, *Milin* (2008): „From Communism to Capitalism via the Wars“, *Mitrović* (2009): „(T)ko to tamo p(j)eva? Transnacionalizam u post-jugoslovenskoj popularnoj muzici i njegove granice“, *Rasmussen* (2002): „Newly composed folk music of Yugoslavia“, *Shupo* (2006): „Urban Music in the Balkans“ usw. *Grujić* (2009), befasst sich im Rahmen ihrer Dissertation „Community and The Popular: Women, Nation and Turbo-Folk in Post-Yugoslav Serbia“, detailliert mit den beiden Genres neukomponierte Volksmusik und Turbo-Folk. Die Arbeit bietet daher einen sehr guten und vor allem auch detaillierten Einblick, in die Entwicklungen der beiden Musikgenres sowie die damit verbundene Kritik. In der Diplomarbeit von *Miletić* (2008): „Das Gespenst der Freiheit – Rock'n'Roll in Titos Jugoslawien“, finden sich besonders interessante Ausführungen zum Thema „Yu-Rock“.

7. Der Livemusik-Sektor und das musikalische Leben der ex-jugoslawischen Community als Teile der Musikstadt Wien

Wien wird bereits seit Beginn des 19. Jahrhunderts als Musikstadt bezeichnet und in diesem Zusammenhang vor allem als Stadt der klassischen Musik, welche zu einem Teil der Selbstdarstellung Wiens und des nationalen, österreichischen Bewusstseins wurde.
Seit den 1990ern begegnet man in der Hauptstadt jedoch auch der Vienna Electronica/Vienna Sound und der Balkanmusik/Balkan Fever.[309] Inzwischen kann von einem wahren Balkanmusikboom der Jahrtausendwende gesprochen werden. Die hier gemeinte Balkanmusik wird von Bands und DJs wie *Shantel, N.O.H.A.*, *Dela Dap*, *Karuan*, *Kava* performt und ist der Weltmusikszene zuzuordnen.[310] Eng verbunden ist der Boom dieser „Balkan-Weltmusik“ mit dem weltweiten Erfolg von *Goran Bregović*, der inzwischen sogar einen Song für die *Gipsy Kings* komponiert hat.[311] In Wien wird diese Balkanmusik in Clubs wie dem „Ost Klub“ und auf Veranstaltungen wie „Homoriental“, „Jour-Fix“ oder „Club Bodrum“ gespielt und vermischt sich dabei mir sogenanntem „Turk Pop“ und „Yugo-Pop“. Die Musik wird durch Wiens TV-Sender „OKTO“ und Radio-Sender wie „Radio Orange“ oder „FM4“ unterstützt.[312] Diese Art von Balkanmusik, richtet sich auch an die Mehrheitsbevölkerung und entsteht aus einer Alternativkultur, die sich primär an den Rezeptionsgewohnheiten einer gebildeten Mittelschicht orientiert. Davon zu unterscheiden ist das Musikleben der vorwiegend als Arbeitsmigranten eingewanderten Ex-Jugoslawen, das fast ausschließlich innerhalb der eigenen ethnischen Community stattfindet und gepflegt wird.[313] Balkanmusik war somit Bestandteil des österreichischen Musiklebens noch „lange bevor heimische Veranstalter, Labels und Medien mazedonische Sängerinnen, serbische Hochzeitsmusiker oder rumänische Akkordeonisten einem größeren Kreis von Hörerinnen und Hörern bekannt machten […].“[314] Mit der Zuwanderung der Gastarbeiter aus dem damaligen Jugoslawien seit den 1960ern, kam auch deren Musik nach Österreich, so dass sie innerhalb der ex-jugoslawischen Community in Wien, mittlerweile bereits seit Jahrzehnten gepflegt wird. Die Musik ist für die ex-jugoslawische Diaspora vor allem bei diversen privaten Anlässen wie Hochzeiten oder Geburtstagen, in Vereinen aber auch bei kommerziellen Veranstaltungen von Bedeutung.[315] Wie schon mehrmals erwähnt wurde, liegt

---

[309] Vgl. Aydoğdu (2010), S. 496
[310] Vgl. Aydoğdu (2010), S. 501
[311] Vgl. o.V. (BUM Magazin, 2011), o.S.
[312] Vgl. Aydoğdu (2010), S. 501
[313] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 2
[314] Brunner et al. (2011), S. 1
[315] Vgl. ebitda. Interessante Ausführungen zur Balkanmusik, den Entwicklungen und ihrer Rezeption in Österreich, finden sich u. a. bei Schuberth (2007), o.S.

der Fokus im Rahmen dieser Arbeit auf dieser Balkanmusik, die sich primär an die eigene ethnische Community richtet.

Dieses Kapitel geht zunächst auf die Herausforderungen und Schwierigkeiten ein, welchen sich die Autorin bei der Erfassung des Livemusik-Sektors populärer Balkanmusik gegenüber sah. Danach werden die Entwicklungen innerhalb des musikalischen Lebens der ex-jugoslawischen Diaspora Wiens seit den 60er Jahren beschrieben, wobei der Fokus auf die hier relevanten Bereiche des Livemusik-Sektors gelegt wird (Club- und Lokalszene, Konzertveranstaltungen, Clubbings etc.). Im Anschluss wird im Rahmen dieses Kapitels der Versuch unternommen, den Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik, anhand der dazugehörenden Unternehmen zu untermauern und einen Überblick über die aktuelle Situation und Unternehmen der Branche zu geben.

7.1 Herausforderungen, Problematik und Einschränkungen

Mangels entsprechender Daten und Informationen, gestaltete sich die Suche und Zuordnung von Unternehmen zum Balkan-Livemusik-Sektor problematisch und langwierig. Deshalb ist es zunächst notwendig, auf diese Systematik bei der Suche und Zuordnung näher einzugehen und auf die Quellen hinzuweisen, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit hierfür herangezogen wurden. In Anlehnung an die theoretische Basis wurde bei der Recherche folgendermaßen vorgegangen: Zunächst wurden jene Bereiche bzw. Unternehmensgruppen identifiziert, die sich mit Livemusik-Veranstaltungen beschäftigen. Dies erfolgte anhand der theoretischen Ausführungen, im Rahmen welcher bereits festgehalten wurde, dass zu diesem Bereich folgende Unternehmen gezählt werden können:

- Club, Bar- und Diskotheken-Betreiber (zusammenfassend Lokalbetreiber genannt),
- Konzertveranstalter,
- Veranstalter von Musikfestivals,
- Organisatoren von Clubbings,
- Künstleragenturen sowie
- (Musik-) Radio- und Fernsehsender.

Die Suche nach Unternehmen, die diesem Bereich zuzuordnen sind, ist im vorliegenden Fall problematisch und gestaltete sich äußerst schwierig. Das Problem dabei ist, dass in den normalerweise sehr hilfreichen Quellen (unter anderem WKO oder Statistik Austria) keine Kennzeichnung erfolgt, anhand welcher man einzelne Unternehmen der Gruppe ethnischer Unternehmen zuordnen könnte. Es lässt sich somit nicht erkennen, ob die einzelnen Unternehmen in die Gruppe der Balkan-Clubs, Balkan-Lokale, Balkan-Diskotheken etc. fallen. Auch andere Internet-Quellen, die sich speziell mit dieser Community beschäftigen,

enthalten keine vollständige Auflistung derartiger Unternehmen. Meist sind nur beispielhaft aktuell besonders beliebte Lokale angeführt.
Zwar konnte die Autorin durch Kategorienfestlegung und eine systematische Vorgehensweise mit Hilfe der WKO-Seite eine Liste erstellen, diese musste jedoch durch zusätzliche Recherche und vor allem Gespräche mit Menschen, die sich in dieser Szene bewegen und auskennen, ergänzt werden. Wie schon erwähnt, konnte die Autorin mangels entsprechender Untersuchungen und Quellen, auf keine Literatur zurückgreifen. Vielmehr war es notwendig, sich eine geeignete Vorgehensweise bei der Recherche zu überlegen und zu erarbeiten, die wie sich bald herausstellen sollte, langwierig und mühsam war. Nichtsdestotrotz gelang es der Autorin letztendlich eine solche zu finden.
Für die Suche nach Balkan-Clubs, Bars und Diskotheken wurde zunächst die Unternehmenssuche auf den Seiten der Wirtschaftskammer Österreich herangezogen, danach erfolgte ein Vergleich mit der Auflistung von Balkan-Lokalen auf der Internetseite www.becka-raja.at. Diese Seite ist ein Internetangebot der ex-jugoslawischen und für die ex-jugoslawische Community und enthält zahlreiche Informationen über Wien und Balkan-Events. Die Suche wurde schließlich durch eine gezielte Internetrecherche (einerseits nach der Autorin bekannten Balkan-Lokalen und andererseits durch Infos auf anderen Internetseiten der Community) ergänzt. Dies erwies sich als notwendig, da die Autorin feststellen konnte, dass einzelne - ihr bekannte Lokale – weder auf den Seiten der WKO noch in der Auflistung von „bečka raja“ enthalten bzw. nicht als solche identifizierbar waren. Dies mag wenig verwundern, da besonders dieser Bereich durch häufige Änderungen (Lokal-Schließungen und Neueröffnungen) gekennzeichnet ist und die Auflistung von „bečka raja“ eine veraltete ist.
Aufgrund der hohen Anzahl der Balkan-Lokale und mangels entsprechender Quellen, konnte die oben beschriebene Vorgehensweise – wie sich später herausstellen sollte - keine 100%ige Vollständigkeit liefern. Nichtsdestotrotz soll an dieser Stelle die Systematik der Suche durch die Autorin näher beschrieben werden.
Die Vorgehensweise bei der Zuordnung einzelner Unternehmen war die folgende: zunächst wurde nach Lokalen über die WKO-Seite gesucht, danach erfolgte eine Überprüfung anhand der Liste auf den Seiten von „bečka raja“ und schließlich wurde die Liste durch weitere – weitgehend neu eröffnete - Lokale ergänzt. Die Suche wurde dabei je Bezirk durchgeführt. Ein Vergleich zwischen den Quellen erwies sich auch deshalb als wichtig, da nicht immer davon ausgegangen werden kann, dass die gewählten Kriterien für die Recherche über die WKO-Seite – wie beispielsweise der Firmenname oder der Name der Geschäftsführer – ausreichend sind. Insbesondere zeigte die Recherche auf der WKO-Seite, dass sich hinter bestimmten Firmennamen bei welchen man keine Balkan-Lokale bzw. Unternehmen vermutet hätte, sehr wohl auch solche verbergen können. Problematisch in diesem

Zusammenhang ist auch die Tatsache, dass auf der WKO-Seite nicht immer die Geschäftsführer angeführt sind bzw. dass diese nicht ausschließlich eine ex-jugoslawische Abstammung haben.

Die Recherche über WKO, startete mit der Festlegung der Kategorie bzw. Branche, die mit „Bars, Tanzlokalen und Diskotheken" schnell ermittelt werden konnte. Die Schwierigkeit lag jedoch darin, aus der Gesamtheit aller Wiener Lokale jene herauszufiltern, die als Balkan-Lokale im definierten Sinne gelten. Der Grund liegt wie schon erwähnt einerseits darin, dass nicht jedes Lokal unter einem Firmennamen geführt wird, hinter welchem man ein Balkan-Lokal vermuten würde. Oft werden Kürzel verwendet oder der Firmenname ist nicht eindeutig einer Bevölkerungsgruppe zuzuordnen. Weitere Schwierigkeit lag darin, dass nicht bei jeder Firma auch der Geschäftsführer angeführt ist und daher die Suche, sofern eine Firma als von Menschen mit entsprechendem Migrationshintergrund geführt, vermutet wurde, durch eine gezielte Suche über Suchmaschinen wie „Google" oder Firmendatenbanken (z.B. „Tupalo", „FirmenABC" usw.) ergänzt werden musste. Durch die zusätzliche Recherche über genannte Suchmaschinen, konnten zum Großteil auch die Lokalnamen ausfindig gemacht und der jeweiligen Firma zugeordnet werden. Da bei Bars, Tanzlokalen und Diskotheken die Firma häufig nicht dem Lokalnamen entspricht, war die Recherche über Internetsuchmaschinen sehr wichtig, um anhand der jeweiligen Adressen Überschneidungen zwischen Lokalen von der WKO-Seite und jenen von „bečka raja", ausschließen zu können.

Trotz dieser systematischen Vorgehensweise, musste die Autorin letztendlich feststellen, dass hiermit nur ein kleiner Teil der gesamten Balkan-Club- bzw. Lokal-Szene in Wien abgedeckt werden konnte. Im Rahmen der Interviews mit Unternehmern, die in diesem Bereich tätig sind, wurde nämlich mehrfach von einer wesentlich höheren Anzahl solcher Lokale gesprochen.

Während die Recherche über genannte Internetquellen eine Liste von ungefähr 160 Lokalen lieferte, wurde diese Anzahl von mehreren Gesprächspartnern als unrealistisch und stark unterbewertet gesehen. Man sprach vielmehr von einer Anzahl, die zwischen 400 und 600 Balkan-Lokale in Wien umfasst. Einer der wichtigsten Manager und Konzertorganisatoren großer Balkanstars, der seit 20 Jahren in Wien lebende und in diesem Bereich erfolgreich tätige, *Fikret Vukalić* – genannt *Fantom* – sagte dazu konkret Folgendes: „Allein im Rahmen einer Plakatierungs- und Flyerverteilungsaktion für eines meiner Konzerte, wurden in mehr als 260 Balkan-Lokalen in Wien meine Plakate und Flyer aufgehängt bzw. verteilt. In Wien gibt es aber noch einige mehr davon. Es sind zwischen 400 und 500 Balkan-Lokale."[316]

Auch die Moderatorin der Sendung „Dijaspora uživo" – *Vesna Dimitrijević* -, in welcher die Autorin als Gast auftrat, sprach von einer Anzahl an Balkanlokalen, die zwischen 500 und 600 liegt. Sie führte vor einigen Jahren im Rahmen eines Auftrages, eine Untersuchung zu

[316] Vgl. Protokoll 1: Experteninterview mit Fikret Vukalić im Anhang.

diesem Thema durch, so dass sich die genannte Anzahl aus ihren Erhebungen ableitet. Leider stand die Dokumentation zu der genannten Erhebung, zum Zeitpunkt des Verfassens dieser Arbeit nicht mehr zur Verfügung, weshalb auf die Inhalte nicht direkt verwiesen werden kann. Es scheint aber ausreichend, diese Erhebung und die daraus gewonnenen Erkenntnisse zur Anzahl der Balkan-Lokale in Wien, an dieser Stelle zu erwähnen.

Die Recherche nach Unternehmen der Bereiche Konzertveranstalter, Clubbings, TV- und Radiosender, gestaltete sich weitaus schwieriger als im Fall der Lokale, da hier die Recherche über WKO wenig erfolgversprechend war. Somit musste für diese Bereiche eine alternative Vorgehensweise erarbeitet werden, die insbesondere auch keine vollständige Erfassung dieses Bereichs ermöglichte. Die Autorin konzentrierte sich dabei primär auf Internetquellen und Balkancommunity-Webseiten, sammelte Flyer und notierte sich relevante Informationen, die auf Plakaten mit Konzertankündigungen, zu finden waren. Diese Vorgehensweise musste durch Zusatzinformationen im Rahmen der empirischen Untersuchung ergänzt werden. So wurde die eigene Suche im Bereich der Konzertveranstalter und der Clubbing-Organisatoren durch Informationen aus den Interviews ergänzt.

7.2 Das musikalische Leben in der ex-jugoslawischen Diaspora der 1960er und 1990er Jahre

Die Musik in der ex-jugoslawischen Diaspora war in den 60er und 70er Jahren eng mit den traditionellen Kulturvereinen verbunden, die ab der damaligen Zeit der Gastarbeiterpolitik, in Wien gegründet wurden und deren zentraler Zweck zu Beginn, in der Organisation von sportlichen und kulturellen Aktivitäten lag. In dieser Zeit waren die Vereine entsprechend der gesamtjugoslawischen Idee multiethnisch organisiert und wurden vom Staat Jugoslawien aktiv unterstützt, vor allem um den Menschen zu ermöglichen, den Bezug zur Heimat und der eigenen Kultur, erhalten zu können. Gemäß den Zielen der Gastarbeiterpolitik wurde erwartet, dass viele Gastarbeiter nach einigen Jahren in die Heimat zurückkehren würden.[317] Einer der ersten Vereine, war der 1970 gegründete Verein „Jedinstvo“ (Einheit).[318]

Die 1990er Jahre und der Balkankrieg hatten auch auf die Tätigkeit der mittlerweile zahlreichen Balkanvereine in Wien Auswirkungen, so dass es auch hier zu Spaltungen und der Gründung einzelner nationaler Vereine kam. So wurden bosnische, kroatische, serbische und mazedonische Vereine und Dachverbände gegründet, wobei sich diese ab dem Zeitpunkt, primär an den jeweiligen nationalen kulturellen Traditionen orientierten. Im

[317] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 9
[318] Vgl. Protokoll 2: Telefongespräch mit Saša Korugić im Anhang; vgl. o.V. (Jedinstvo, 2003), o.S.

Rahmen einer im Jahr 2005 durchgeführten Studie wurde festgestellt, dass allein in Wien, an 50 derartige Kulturvereine der ex-jugoslawischen Community bestehen.[319] Neben anderen Aufgaben, waren die Vereine stets auch darauf ausgerichtet, das Bedürfnis nach Geselligkeit und Unterhaltung der Community zu befriedigen. So werden in den Räumlichkeiten eines der ersten ex-jugoslawischen Vereine Wiens „Jedinstvo", auch heute noch regelmäßig Livemusik-Veranstaltungen und Ähnliches organisiert. Inzwischen scheint im Allgemeinen auch die nationale Ausrichtung der Organisationen, allmählich an Bedeutung zu verlieren, denn obwohl sich die Vereine weiterhin an den jeweiligen Traditionen orientieren, scheinen diese für die beteiligten Akteure, an Verbindlichkeit zu verlieren.[320]

Die Musik spielt(e) für die ex-jugoslawische Diaspora aber auch bei diversen privaten Festen wie Hochzeiten, Taufen oder Geburtstagen eine besonders wichtige Rolle. Es ist durchaus üblich, vor allem im Rahmen von Hochzeiten und Taufen, mehrere hundert Gäste einzuladen und die Feste entweder in Restaurants, Vereinslokalitäten oder angemieteten Sälen zu organisieren. Dazu zählen heute in Wien zum Beispiel die „Crystall Sala" mit einem Fassungsvermögen bis zu 800 Gästen, die „Grand Sala" die Platz für bis zu 600 Gäste bietet und viele weitere. Insbesondere bei den Hochzeiten ist es üblich eine Musikgruppe zu engagieren, die aus mehreren Musikern und Sängern besteht. Dabei gibt es keine großen Unterschiede zwischen kroatischen und serbischen Hochzeiten. Im Musikrepertoire finden sich so bei allen Hochzeiten der ex-jugoslawischen Community, im unterschiedlichen Ausmaß Musikgenres wie neukomponierte Volksmusik, Turbo-Folk, traditionelle Musik aber auch Roma-Musik. Je nach nationaler und regionaler Herkunft der Hochzeitsgesellschaft, wird das oben genannte Musikrepertoire durch einzelne Lieder bzw. Tänze der jeweiligen Region/Nation ergänzt.[321] Derartige Festveranstaltungen sind für die Musiker und Musikgruppen mit guten Verdienstmöglichkeiten verbunden, die je nach Fest mehrere Tausend Euro verdienen können.[322]

Natürlich wird Musik nicht nur bei solchen Festen, sondern auch in Balkan-Restaurants, Cafés und Lokalen allgemein angeboten. Dabei war in den genannten Lokalen, die Livemusik von Beginn an, ein wichtiger Bestandteil der Abendveranstaltungen.
Wie der aus Belgrad stammende und seit 1970 in Wien lebende Herr *Korugić* festhält, war das heute noch bestehende Restaurant „Beograd" das allererste jugoslawische Objekt bzw. Lokal in Wien.[323] Das Restaurant gibt es mittlerweile seit 50 Jahren, sodass den Gästen

[319] Vgl. Brunner et al. (2011), S.10ff
[320] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 13
[321] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 13f
[322] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 15
[323] Vgl. Protokoll 2: Telefongespräch mit Saša Korugić im Anhang. Herr Korugić war einer der ersten ausgebildeten Kellner/Gastronomen aus dem ehemaligen Jugoslawien in Wien und hat im Laufe der Jahre in vielen Balkanlokalen gearbeitet. Herr Korugić ist mittlerweile 65 Jahre alt und hat in einem Notizbuch über die Jahre hinweg, wertvolle Informationen festgehalten, u. a. über die Balkan-Lokale hierzulande.

bereits seit Jahrzehnten neben der Original-Balkan-Küche, abends auch traditionelle Live-Musik geboten wird. Zusätzlich dazu, können auf Wunsch zu privaten Anlässen wie Hochzeiten, Geburtstagen oder anderen Familienfesten, größere Veranstaltungen organisiert werden.[324]

Herr *Korugić* erzählte, dass besonders in den 60er und 70er Jahren, als viele Gastarbeiter nach Wien kamen, das Restaurant „Beograd" sowie weitere in dieser Zeit eröffnete Balkan-Restaurants, wichtige Treffpunkte für die jugoslawische Community darstellten: „Bereits 1969, 1970 gab es in Wien einige Balkan-Restaurants, in welchen sich die Gastarbeiter getroffen haben. Das waren damals die einzigen Orte, an denen man etwas Trost finden konnte. Die meisten Arbeiter haben ja jemanden zu Hause in der Heimat zurückgelassen, weil es mehr oder weniger eine vorübergehende Lösung sein sollte. In diesen Restaurants gab es freitags, samstags und sonntags Volksmusik, man hat getanzt, sich mit Menschen aus der Heimat getroffen, getrunken, auch diskutiert…"[325]

„In den 1970ern gab es in Wien noch keine Balkandiskotheken, es gab kleine Lokale in die viell. maximal 50 Leute reingepasst haben", so Herr *Korugić* weiter. Laut seinen Informationen wurde das erste Balkan-Caféhaus Wiens, 1968 von Herrn *Joca* im 1. Wiener Bezirk eröffnet. Zu den ersten Cafés und Lokalen dieser Art in Wien, zählten außerdem das 1971 auf der Märzstraße im 15. Bezirk eröffnete Lokal „Mađar" (Ungarer), in dem unter anderem auch Volksmusik geboten wurde. 1971 eröffnete auch das Café-Restaurant „Schönbrunn" seine Pforten. Darin gab es zwei Musiksäle, in welchen die ersten Balkanstars das erste Mal überhaupt in Wien auftraten. Das war – laut Herrn *Korugić* – das Ehepaar *Tine* und *Radojka*, wobei beide Akkordeon gespielt haben. Laut Herrn *Korugić*, der seit 1970 in Wien lebt und bis zu seiner Pension in der Balkan-Lokalszene Wiens arbeitete, waren sie die ersten Stars vom Balkan überhaupt, die in Wien aufgetreten sind.[326]

Das Musikrepertoire derartiger Lokale war bzw. ist mit dem bei den genannten Festen vergleichbar und reicht heute von neukomponierter Volksmusik und Turbo-Folk, über ex-jugoslawische und internationale Pop- und Rockmusik bis hin zu traditioneller Musik. Die neukomponierte Volksmusik und der Turbo-Folk, scheinen dabei jedoch am meisten verbreitet zu sein.[327]

[324] Vgl. o.V. (Restaurant Beograd, 2011), o.S.
[325] Vgl. Protokoll 2: Telefongespräch mit Saša Korugić im Anhang.
[326] Vgl. ebitda
[327] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 15 zitiert nach Hemetek (2001)

7.3 Der Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik in Wien heute

Dieses Kapitel widmet sich jenen Wiener Unternehmen, die aktuell dem Livemusik-Sektor populärer Balkanmusik zugeordnet werden können. Dabei soll in Anlehnung an die theoretischen Ausführungen zur Musikwirtschaft, eine Zuordnung von Unternehmen zum betrachteten Bereich erfolgen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist es, zwischen den ethnischen Unternehmern die aus dem ehemaligen Jugoslawien stammen und in Wien eigene Balkan-Lokale etc. betreiben und jenen Veranstaltungsorten zu unterscheiden, in welchen Balkan-Clubbings, Partys und/oder Konzerte stattfinden.
Neben der einschlägigen Balkanclubszene, die von aus dem ehemaligen Jugoslawien stammenden Unternehmern betrieben wird, gibt es in Wien auch andere Clubs, Diskotheken und Konzerthallen - zusammenfassend Veranstaltungsorte genannt –, in welchen diverse Balkanmusikveranstaltungen organisiert werden. In dieser Arbeit wird der Fokus zwar auf die ethnischen Unternehmen gelegt, dennoch soll nicht außer Acht gelassen werden, dass Balkanmusikveranstaltungen – wie bereits weiter oben erwähnt - sehr wohl auch in anderen als den „eigenen Lokalitäten" stattfinden und zum Teil auch von Menschen, die nicht der ex-jugoslawischen Community angehören, organisiert werden. Wie im Rahmen der empirischen Untersuchung im Kapitel acht detailliert beschrieben wird, greifen vor allem Veranstalter von großen Balkankonzerten und/oder Clubbings und Partys, mangels eigener Lokale auf Veranstaltungsorte zurück, die sowohl der eigenen ethnischen Lokalszene zuzuordnen sind, als auch auf andere Lokale. Balkanmusikveranstaltungen finden in Wien somit sowohl innerhalb der eigenen Lokalszene, als auch in den kleinen und großen Lokalen und Veranstaltungshallen (wie „Gasometer", „Stadthalle", „Kurhalle Oberlaa" etc.) statt.

An dieser Stelle wird ein zusammenfassender Überblick über die Unternehmen des Balkan-Livemusik-Sektors in Wien gegeben, ohne Anspruch auf eine vollständige Erfassung. Vielmehr soll dieser Sektor anhand beispielhaft genannter und aktuell wichtiger – sprich beliebter - Unternehmen bzw. Veranstaltungen, etwas näher beschrieben werden, um dem Leser eine ungefähre Vorstellung davon zu geben.
Bevor auf einzelne Bereiche des Livemusik-Sektors näher eingegangen wird, soll zunächst ein Überblick samt einigen Unternehmen geboten werden.
Die Darstellung erfolgt dabei anhand der, aus der Theorie zu Live-Veranstaltungen abgeleiteten Bereiche. Eine Übersicht über einige der wichtigsten Unternehmen, ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Clubs, Bars und Diskotheken	Die Liste der Balkan-Clubs und Bars in Wien, umfasst nach Angaben der Interviewpartner zwischen 400 und 600 Lokale.
Musikfestivals	▪ „Balkan Fever Festival“ ▪ „Akkordeon Festival“
Clubbings	▪ „Bosniacum“ ▪ “Balkan Urban Clubbing” ▪ „Adria“ ▪ “Balkan de Luxe” ▪ „Balkan Express“
TV-Studio/Musiksender und Radiosender	▪ „DM Sat“ ▪ „Top Music“ ▪ „Jugoton Radio Beč“
Konzerthallen und –veranstaltungsorte für Großveranstaltungen und Konzerte	▪ „Stadthalle“ ▪ „Gasometer“ ▪ „Lugner City“ ▪ „Kurhalle Oberlaa“
Produzenten, Manager und Konzertorganisatoren	▪ „Fantom Production International“ ▪ „DM Sat“

Tabelle 13: Unternehmen des Livemusik-Sektors populärer Balkanmusik in Wien
Quelle: Eigene Darstellung

Zusätzlich zu den, im Kapitel 7.2 angesprochenen Balkan-Restaurants, Cafés und Lokalen, wurden vor allem in den letzten Jahren, verstärkt Clubs und Diskotheken gegründet, die sich vorwiegend mit Turbo-Folk, internationaler Pop-Musik, Hip-Hop, aber auch Yu-Pop- und Rock-Musik, primär an die jüngere Generation richten. Den Lokalen ist gemein, dass sie vor allem ein migrantisches Publikum und kaum Menschen aus der Mehrheitsbevölkerung ansprechen. Besonders wichtig im Zusammenhang mit dem Livemusik-Sektor, sind auch Konzerte von Musikern und Sängern, die vorwiegend aus dem ex-jugoslawischen Raum kommen und hier Gastauftritte abhalten.[328] Diese finden mittlerweile sowohl innerhalb der lebendigen Balkan-Lokalszene, als auch in den großen Veranstaltungshallen Wiens statt. Zu den ersten Balkan-Lokalen dieser Art, die es heute noch gibt, zählen in Wien das Café „Lepa

[328] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 16

Brena“ im 15. Bezirk, Café „Ramada“ im 10. Bezirk sowie die „Folkoteka Estrada“ im 8. Bezirk.[329]

Dieser Bereich der Balkan-Clubs und Diskotheken – zusammenfassend als Balkan-Lokale bezeichnet – in Wien, umfasst nach Angaben der Interviewpartner, aktuell zwischen 400 und 600 Lokale. Dabei sind insbesondere kleine Lokale und Clubs in der Überzahl, während es nur wenige Diskotheken gibt. Die Zuordnung ist jedoch nicht immer ganz einfach, da sich heute – wie im Rahmen der Interviews festgestellt wurde – viele kleinere Clubs, bereits als Diskotheken bezeichnen und nicht immer ganz eindeutig ist, woran man den Unterschied festmachen kann. Damit kann die Zuordnung im Einzelfall schwierig sein.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass vor allem im 10., 15. und 16. Bezirk eine starke räumliche Konzentration an Balkan-Lokalen besteht (ausgehend von der Liste der 160 Lokale, die die Autorin erstellen konnte). Dabei ist beobachtbar, dass einzelne dieser Lokale, sogar Tür an Tür mit anderen angesiedelt sind bzw. sich in einem Umkreis weniger hundert Meter befinden. Dies ist insbesondere bei der sog. „Balkanmeile“ der Fall.

In den letzten zwanzig Jahren entstand eine starke Konkurrenz innerhalb der Balkan-Lokal- bzw. Clubszene in Wien, die sich am sichtbarsten gerade am genannten Beispiel der Ottakringer Straße bzw. „Balkanmeile“, manifestiert. An der Grenze zwischen dem 16. und 17. Wiener Bezirk, haben sich mittlerweile zahlreiche Geschäfte und Lokale angesiedelt, die vorwiegend von Migranten betrieben werden. Während die Geschäfte in erster Linie von der türkischen Bevölkerung geführt werden, sind die zahlreichen Clubs und Cafés vor allem für das ex-jugoslawische Publikum von Bedeutung. Die Balkanmeile zählt mittlerweile 16 Abendlokale und 13 Kaffeehäuser, die an den Wochenenden ein beliebtes Ziel für hunderte Ex-Jugoslawen darstellen. In den Lokalen dominiert vor allem der Turbo-Folk.[330] Auch außerhalb der Clubszene der Ottakringer Straße gibt es weitere Lokale, die als „Ausgeh-Locations“ für die ex-jugoslawische Community Wiens, von Bedeutung sind. Eines davon ist die im 23. Bezirk angesiedelte Diskothek „Nachtwerk“, die im Jahr 1999 eröffnet wurde. Auch dort finden regelmäßig Konzerte von beliebten Musikern/Sängern aus dem ehemaligen Jugoslawien statt. Zu einem der aktuell beliebtesten Balkan-Lokale, das vorwiegend auf Turbo-Folk und neukomponierte Volksmusik setzt, zählt der Club „Viva“ im 20. Bezirk.[331] Wie schon weiter oben erwähnt, finden die Konzerte der Balkanstars nicht ausschließlich in den eigenen Lokalen und Clubs der Balkanszene statt, immer wieder werden dafür bereits seit den 90ern auch andere kleine und große Veranstaltungsorte herangezogen. Dazu zählen neben der „Stadthalle“ auch die „Lugner City“, das „Eventhotel Pyramide“ in Vösendorf, aber auch Diskotheken wie „Volksgarten“, wo im Jahr 2007 *Lepa Brena* einen

[329] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 17
[330] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 18 zitiert nach Reisebüro Ottakringer Straße (2010)
[331] Die Informationen stammen aus der empirischen Untersuchung/Befragung zu dieser Arbeit.

Auftritt hatte und wo in regelmäßigen Abständen die Veranstaltung „Balkan Disco Express“, stattfindet.
Die Auftritte und Touren in der Diaspora, stellen insbesondere für die Turbo-Folk-Musiker aus dem ehemaligen Jugoslawien, eine gute Einnahmequelle dar. Neben Touren auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens, stehen regelmäßig auch Auftritte in Großstädten in Deutschland und anderen europäischen Ländern sowie in Wien, am Programm.[332]
Wie der erfolgreiche Konzertveranstalter, Produzent und Manager *Fikret Vukalić* alias *Fantom* festhält, zählt Wien zu den europäischen Städten mit der höchsten Anzahl von Balkanstar-Auftritten, wobei fast jedes Wochenende zwischen zehn und 15 Auftritte verschiedenster Balkan-Sänger, in diversen Lokalen stattfinden. Die meisten fallen – so *Fantom* - unter die Kategorie der Volksmusik inklusive Turbo-Folk.[333]

Wichtig zu erwähnen ist aber auch, dass es in Wien jenseits der Balkan-Volksmusik und Turbo-Folk-Szene, eine alternative sowie eine Yugo-Rock-Szene gibt. Die Anfänge sind besonders mit der Flüchtlingsbewegung der 90er Jahre sowie dem Zuzug zahlreicher Studenten in den letzten Jahren und einer gewissen sozialen Mobilität der zweiten Generation, eng verbunden. Obwohl diese Szene deutlich kleiner als die erstgenannte ist, gibt es inzwischen mehrere Lokale, die sich durch das Musik- und Veranstaltungsangebot von der Mehrheit der Balkan-Lokale in Wien abgrenzen. Dazu zählen unter anderem Café „Melon“, „Maršal Pub“ oder die „Bum Bar“. Im Unterschied zu den vorwiegend volksmusik-orientierten Lokalen, sprechen diese auch Menschen zum Beispiel aus Bildungsmilieus und studentischen Kreisen ohne Migrationshintergrund, stark an.[334] Neben diesen Lokalen wurden in den letzten Jahren auch Vereinsinitiativen gegründet, die vor allem bemüht sind, die Kultur des ehemaligen Jugoslawiens jenseits der Folkloreensembles und des Turbo-Folk, einer breiteren Menschengruppe in Österreich zugänglich zu machen. Dabei sollen sowohl Ex-Jugoslawen wie andere Migranten, als auch die Mehrheitsbevölkerung erreicht und angesprochen werden. Zu nennen ist hier vor allem der Verein „Line In“ der im Jahr 2009 aus dem 2003 gegründeten Verein „Ditiramb“ hervorging und der primär auf die Vernetzung und Förderung des interkulturellen Austauschs ausgerichtet ist. Daran beteiligt sind vor allem junge Erwachsende, oft Studierende und Absolventen österreichischer Universitäten mit Migrationshintergrund, die vorwiegend von der medialen Präsentation ihrer Kultur in Österreich enttäuscht sind und den Menschen hierzulande auch die urbane, alternative Kultur des Balkans zeigen wollen.[335]
Sehr wichtig insbesondere im Zusammenhang mit Yu-Rock-Musik, sind Musiker und Bands, die lange vor dem Zerfall Jugoslawiens bekannt waren. Dessen Konzerte werden heute noch

[332] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 22
[333] Vgl. Protokoll 1: Experteninterview mit Fikret Vukalić im Anhang.
[334] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 22f
[335] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 24

regelmäßig in der Diaspora und damit auch in Wien veranstaltet und von einem großen Publikum besucht. Dazu zählen Musiker wie *Darko Rundek* mit seiner Band *Cargo Trio*, aber auch die Gruppe *Jarboli* und viele andere. Daneben sind auch Auftritte von in Wien ansässigen Musikern gern gesehen.[336]

Ein im Zusammenhang mit dem Livemusik-Sektor ebenfalls wichtiger Bereich, sind die Fernsehsender bzw. Sendungen, die sich der ex-jugoslawischen Community widmen. Einige wichtige Sendungen, die über das Leben der ex-jugoslawischen Diaspora und diverse Themen, die auch Musik betreffen berichten, sind unter anderem „Ex-Yu in Wien" sowie die Sendung „Dijaspora uživo", in der die Autorin, auch einen kurzen Auftritt hatte.[337]
Wien hat aber auch in Punkto Tonstudio bzw. Fernseh-Musiksender in einem Balkan-Bezug durchaus Interessantes zu bieten. In diesem Zusammenhang sei eine der bekanntesten und beliebtesten Vertreterinnen der „jugoslawischen"[338] neukomponierten Volksmusik genannt und zwar die aus Serbien stammende und in Wien lebende *Dragana Mirković.* Als Sängerin erhielt sie schon zahlreiche Auszeichnungen, darunter 2006 in Bulgarien die Auszeichnung als „beste und erfolgreichste Sängerin des Balkans aller Zeiten". Die Sängerin betreibt seit einigen Jahren gemeinsam mit ihrem Ehemann, von Wien aus, das digital verbreitete, populäre Fernsehprogramm „DM Sat". Es handelt sich dabei um ein Unterhaltungsprogramm, dessen Fokus auf dem Themenbereich Musik aus den Ländern des Balkans liegt und das in mehreren Sprachen - mit einem Schwerpunkt auf „serbokroatisch" - gesendet wird. Das Programm besteht vorwiegend aus Musikshows, Telenovelas und (Talk-)Shows sowie Reportagen.[339] „DM Sat" kann dabei über Satellit, Kabel-TV, IPTV und Internet empfangen werden und erreicht nach eigenen Informationen des Senders, über 6,5 Millionen Haushalte. Das mehrfach ausgezeichnete „DM Studio" ist spezialisiert auf die Produktion von Musikclips und Werbespots.[340]
Ein weiterer Sender, der in Wien eine Redaktion betreibt ist „Top Music".[341]

Die Beliebtheit der Balkanmusik reicht jedoch über das „Balkan-Publikum" hinaus. Ein gutes Beispiel dafür, dass diese Musik nicht nur von der heimischen Bevölkerung gehört wird, kann anhand des beliebten Wiener Ost-Klubs (hier sind insbesondere die World Music bzw. Ethnomusik des gesamten Balkans vertreten) demonstriert werden, in dem diese Musik einem internationalen Publikum geboten und von diesem auch gehört wird.[342]

---

[336] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 25
[337] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 27f
[338] „Jugoslawisch" ist hierbei im herkömmlichen Sinne zu verstehen und bezieht sich auf den gesamten Raum bzw. alle Staaten ehemaligen Jugoslawiens.
[339] Vgl. Ogris (2009), S. 1f
[340] Vgl. o.V. (DM Sat , 2010), o.S.
[341] Vgl. Brunner et al. (2011), S. 28
[342] Vgl. o.V. (Ost Klub, 2010), o.S.

Ein weiteres gutes Beispiel, bietet das erfolgreiche „Balkan Fever Festival“, welches im Mai 2010 zum siebten Mal in Wien stattgefunden hat. Es handelt sich hierbei um eine große und bekannte/beliebte Veranstaltung, die 2010 dem Publikum ganze 16 Konzerte mit Künstlern aus 14 Ländern an fünf Veranstaltungsorten in Wien präsentierte.[343] Bei derartigen Veranstaltungen, besteht das Musikrepertoire vorwiegend aus „Balkan World Music“ bzw. Ethnomusik.

Die zahlreichen Balkan-Clubbings, die quer durch Wien veranstaltet werden, sind in diesem Sinne auch zu nennen. Auch diese sind beliebt und werden stark besucht. Beispielhaft seien hier die regelmäßig organisierten „Balkan de Luxe“ Clubbings im beliebten „Aux Gazelles“ sowie die Clubbings des „Collegium Bosniacum“ (die Vereinigung der Studenten aus Bosnien-Herzegowina) genannt.[344]

Nicht zu vernachlässigen sind weiters, die regelmäßig stattfindenden Großveranstaltungen bzw. -konzerte großer Balkan-Musikstars in Wien. Diese werden – je nach Bekanntheit des Musikers – entweder in einem der Lokale, vor allem aber in der schon erwähnten Diskothek „Nachtwerk“ sowie in den Konzerthallen bzw. –locations Wiens, organisiert. So kann man viele der Stars regelmäßig in Wien live bewundern, beispielsweise im Rahmen ihrer CD-Promotion-Auftritte bzw. –Touren etc. Auch dies macht deutlich, dass es in Wien durchaus ein großes Balkanmusik-Publikum gibt.

Fikret Vukalić – Fantom erzählte im Rahmen des Interviews, zur Frage nach der Organisation von Konzerten in Wien, Folgendes: „Wien ist auf jeden Fall eine der europäischen Städte, mit der größten Anzahl an Auftritten unserer Musiker – hier vergeht kein Wochenende ohne zehn bis 15 Auftritte verschiedenster Balkanstars. Die meisten fallen unter die Kategorie der Volksmusik. Was die Organisation von solchen Veranstaltungen in Clubs und Diskotheken angeht, machen das zu einem großen Teil die Betreiber auch selbst, sie sind auf eine Art und Weise schon selbst Manager. Es gibt wirklich auch diese kleinen Stars, die mit den Betreibern am Telefon über die Gagen verhandeln und die tatsächlich auch im Auto übernachten, wenn es sein muss, Hauptsache, sie haben einen Auftritt. Also, das kommt schon häufig vor. Ich sage immer, natürlich sollen und müssen diese Leute auch arbeiten, dass ist vollkommen in Ordnung, ich für meinen Teil halte mich aber an ein bestimmtes Niveau, das ist mir wichtig. Ich bin schon oft sowohl Club-Betreibern als auch den Stars zuvorgekommen, ohne dafür etwas zu erwarten.“

Gleichzeitig macht er auf die Probleme in diesem Bereich aufmerksam: „Es kommt zur Zeit häufiger vor, dass diese kleinen Stars öfter bei mir anrufen und quasi um Auftritte betteln,

---

[343] Vgl. o.V. (Balkan Fever Festival, 2010), o.S.
[344] Vgl. o.V. (Balkan De Luxe, 2010), o.S.; vgl. (Bosniacum, 2011), o.S.

weil zur Zeit doch eine starke Krise herrscht und die Menschen kein Geld haben. Es ist aber auch nicht in meinem Sinne, dass ich die Kontakte vermittle oder die Sänger her hole und der jeweilige Club-Betreiber zahlt für den Auftritt, kann sich das aber eigentlich gar nicht leisten und verschuldet sich deshalb. […] Ob Sie es glauben oder nicht, im Moment sind gute 90% solcher Auftritte problematisch. Die Stars verlangen hohe Gagen, während die Menschen immer weniger Geld zur Verfügung haben. Man sieht volle Lokale und denkt sich, wie das wohl funktioniert, aber viele Leute kommen hin und trinken den ganzen Abend einen einzigen Drink. Das ist momentan wirklich so, die Krise ist stark spürbar. Ich mache also solche Auftritte kaum, weil sie vor allem ziemlich problematisch sind.“

8. Empirische Untersuchung

Nachdem in vorhergehenden Kapiteln auf theoretische Ausführungen zur ethnischen Ökonomie und Musikwirtschaft bzw. Livemusik-Veranstaltungen eingegangen wurde, die zugleich die theoretische Grundlage für die empirische Untersuchung bilden, widmet sich dieses Kapitel dem empirischen Teil und damit der Befragung von Unternehmern des Livemusik-Sektors aus dem ehemaligen Jugoslawien.

Da sich die vorliegende Arbeit mit dem Bereich der populären Balkan-Livemusik in Wien beschäftigt, bilden die im Kapitel 7.3 dargestellten Unternehmen, die Ausgangsbasis für die empirische Untersuchung. Die Interviewpartner wurden somit aus der Gesamtzahl der Unternehmer, die dem Balkan-Livemusik-Bereich zugeordnet werden konnten, ausgewählt. Von besonderem Interesse sind dabei die Balkan-Club bzw. Diskotheken-Besitzer bzw. – Betreiber, da diese in der Überzahl sind und damit eine wichtige Rolle im Rahmen des Livemusik-Bereichs einnehmen.

Bei der Befragung ging es, wie schon weiter oben erwähnt, sowohl um Aspekte, die sich auf den Erklärungsansatz des Interaktionsmodells im Rahmen der ethnischen Ökonomien beziehen, als auch auf Aspekte, die für den Livemusik-Sektor spezifisch sind.

8.1 Forschungsfragen

Ausgehend von den theoretischen Überlegungen, sollen die folgenden Forschungsfragen beantwortet werden:

„Welche Motive spielen für Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien, bei der Entscheidung zur selbständigen Tätigkeit im Bereich populärer Balkan-Livemusik, eine Rolle und welche Herausforderungen sind im Rahmen dieser Tätigkeit zu bewältigen?“

Unter der Betrachtung des Livemusik-Sektors sind außerdem die Musikwirtschaft betreffende Aspekte von Bedeutung. Deshalb soll in Ergänzung der obigen Fragestellung auch der folgenden Frage nachgegangen werden:

„Welche Aspekte sind im Rahmen der Standortwahl von Bedeutung und welche Besonderheiten der Balkanmusikszene in Wien bestehen darüber hinaus?“

Im Rahmen dieser zweiten Frage soll vor allem geklärt werden, nach welchen Kriterien die Standortwahl erfolgt. Darüber hinaus ist in Erfahrung zu bringen, welche Musikgenres innerhalb der Balkanmusikszene in Wien populär sind, wie die Auswahl der auftretenden Künstler erfolgt, in welchem Ausmaß Nachwuchsmusiker zum Einsatz kommen und wie die finanziellen Regelungen mit diesen Nachwuchsmusikern aussehen.

Im Detail sind im Rahmen der Interviews daher folgende Fragenbereiche bzw. -stellungen zu behandeln:

- **Welche Motive spielen für die Migranten eine Rolle bei der Entscheidung zur Selbständigkeit in der Musikbranche?**

Im Rahmen dieser Fragestellung soll vor allem geklärt werden, ob die Unternehmer die Entscheidung zur selbständigen Tätigkeit in diesem Bereich, aus einem Bedürfnis nach Selbstverwirklichung getroffen haben und/oder, ob dabei negative Erfahrungen wie Diskriminierung am Arbeitsmarkt oder mangelnde Chancen eine Rolle gespielt haben. Im Rahmen des betrachteten Bereichs könnte besonders das Motiv der Selbstverwirklichung im Vordergrund stehen. Dabei soll besonders auch darauf eingegangen werden, ob im Vorfeld bestehende Beziehungen bzw. Bekanntschaften mit Menschen aus der jeweiligen ethnischen Gruppe bzw. Szene eine Rolle bei der Gründung eines Clubs etc. spielen. Wie schon im Rahmen der Theorie zu ethnischen Ökonomien angemerkt, scheinen Netzwerke innerhalb der eigenen ethnischen Gruppe häufig eine wichtige, wenn nicht entscheidende Rolle zu spielen. In diesem Zusammenhang stellt sich ebenfalls die Frage nach einem womöglich angestrebten gewissen „Ansehen" innerhalb der Szene, da man als Clubbesitzer oder Konzertveranstalter mit Musikstars aus der eigenen ethnischen Community zu tun hat. Diese kommen in den meisten Fällen direkt aus dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens und halten ihre Konzerte in den verschiedensten Clubs oder Konzertlocations in Wien ab. Außerdem stellt sich hier ebenfalls die Frage, ob der eine oder andere Unternehmer, der nicht in Österreich geboren und aufgewachsen ist, auch auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens bereits als Clubbetreiber oder Konzertveranstalter etc. tätig war. Es sind auch Fälle denkbar, in denen man einen von den Eltern in Wien gegründeten Club (oder ehemals Café) übernommen und neu gestaltet hat (wie z.B. im Falle von Herrn *Soldo*[345], dem ehemaligen Besitzer des Clubs „Palazzo" auf der Ottakringer Straße, der nunmehr „Diamond" heißt und inzwischen von einem anderen Unternehmer betrieben wird).

- **Welche Herausforderungen waren im Rahmen der Unternehmensgründung und der damit verbundenen Aufgaben, zu bewältigen?**

Hierbei soll darauf eingegangen werden, welche Schwierigkeiten im Rahmen der Unternehmensgründung aufgetreten sind und wie die Bewältigung dieser ausgesehen hat. Waren beispielsweise sprachliche und/oder bürokratische Hürden zu bewältigen? Wie sah die Personalbeschaffung aus? Hat man dabei primär auf Menschen aus der eigenen ethnischen Gruppe, Bekannte oder Familienmitglieder zurückgegriffen – wie es im Rahmen

[345] Vgl. Jirez (2008), o.S.

der Erklärungsansätze zur ethnischen Ökonomie vielfach angenommen wird? Wie konnte man sich in der mittlerweile äußerst lebendigen Balkan-Clubszene in Wien gegenüber der Konkurrenz abheben und behaupten?

- **Welche Aspekte und Faktoren waren für die Standortwahl von Bedeutung?**

Wie schon mehrmals festgehalten, spielt bei Clubs, Diskotheken und ähnlichen Lokalen, die Wahl des Standortes eine wichtige Rolle. Die lebendige Clubszene in der Ottakringer Straße (Balkanmeile) oder die zahlreichen Balkan-Clubs entlang des Gürtels sind Beispiele für starke räumliche Konzentration derartiger Clubs in Wien. Andererseits gibt es aber auch Clubs, die räumlich entfernt von anderen Balkan-Lokalen angesiedelt sind. Damit stellt sich die Frage nach den Standortfaktoren und der Entscheidung für eine bestimmte Location. Wie wichtig ist dabei für die Betreiber die Nähe bzw. Entfernung zu anderen vergleichbaren Clubs und warum? Welche positiven und negativen Aspekte ergeben sich aus der Nähe bzw. Entfernung? Spielt auch die räumliche Nähe zur ethnischen Gruppe eine Rolle – sprich, wie wichtig ist es, dass derartige Balkan-Clubs in Bezirken mit einer starken Konzentration an Menschen mit der jeweiligen ethnischen Abstammung, entstehen? Gibt es womöglich negative Erfahrungen mit Locations außerhalb der typischen „ausländischen Bezirke“?

- **Welche Kunden werden angesprochen?**

Hierbei soll geklärt werden, ob man aufgrund des spezifischen Produktangebotes (Balkanmusik) lediglich Menschen mit ex-jugoslawischer Abstammung als Kunden anspricht oder ob auch Mitglieder anderer ethnischer Gruppen bzw. die österreichische Bevölkerung von dem Angebot angesprochen werden?

- **Welche Rolle spielen die ethnischen Netzwerke?**

Diese Frage scheint insofern besonders interessant, da durchaus beobachtbar ist, dass Musiker (nicht gemeint sind die bekannten Stars sondern vielmehr angehende Musiker – Nachwuchsmusiker - die mit bekannten Balkan-Hits in den Clubs in Wien auftreten) nicht nur in einem Club auftreten, sondern je nach Programm etc. Auftritte in verschiedenen Balkan-Clubs wahrnehmen. Ist dabei so etwas wie eine Club übergreifende Zusammenarbeit, im Sinne einer Vermittlung der Musiker, gegeben?

8.2 Methodenwahl

Um Antworten auf die oben dargestellten Fragestellungen zu finden, wurden qualitative Interviews mit Club- bzw. Diskothekenbetreibern sowie Konzert- und Clubbing-Veranstaltern aus der Balkanmusik-Szene in Wien durchgeführt. Bei den qualitativen Interviews, handelte es sich um leitfadengestützte Interviews, die eine Vergleichbarkeit der daraus gewonnenen Informationen ermöglichen sollten. Das primäre Ziel bei der Befragung war es, die Interviewpartner zum freien Erzählen anzuregen und möglichst wenige Detailfragen zu stellen. Diese sollten lediglich ergänzend zu den Hauptfragen gestellt werden, sofern der jeweilige Interviewpartner auf einzelne interessante Aspekte nicht eingehen sollte. Der im Rahmen der geführten Interviews eingesetzte Leitfaden ist dem Anhang zu entnehmen.

Insgesamt wurden fünf Interviews mit vier in Wien angesiedelten Unternehmern ex-jugoslawischer Herkunft durchgeführt, die dem Bereich populärer Balkan-Livemusik zuzuordnen sind. Die Gespräche wurden je nach Wahl des Gesprächpartners in Deutsch oder BKS (Bosnisch-Kroatisch-Serbisch) geführt, wobei lediglich ein Interview auf Deutsch stattgefunden hat. Die Befragungen erfolgten in Begleitung einer, vom jeweiligen Gesprächspartner erlaubten Tonbandaufzeichnung, die in weiterer Folge die wortwörtliche Transkription sowie Auswertung mittels qualitativer Inhaltsanalyse ermöglichte.

Das Ziel der Inhaltsanalyse liegt – vereinfacht ausgedrückt - darin, Material, das aus irgendeiner Art von Kommunikation stammt, zu analysieren. Wie bei *Mayring* näher ausgeführt wird, ist die Definition des Begriffs mit einer Reihe von Schwierigkeiten verbunden, auf die hier jedoch nicht näher eingegangen wird.[346] Zusammenfassend sei gesagt, dass die Inhaltsanalyse darauf abzielt, durch systematisches - d.h. regel- und theoriegeleitetes – Vorgehen, (fixierte) Kommunikation zu analysieren, um Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen.[347]
Die Inhaltsanalyse wurde bereits Anfang des 20. Jahrhunderts in den USA entwickelt und war zunächst quantitativ geprägt. Dabei war die quantitative Vorgehensweise mit diversen Schwächen wie mangelhafter Berücksichtigung des Kontextes von Textelementen oder latenten Sinnstrukturen verbunden.[348] Gegenwärtig ist ein starker Trend in Richtung eher qualitativer Methoden beobachtbar, der auf fast alle sozialwissenschaftlichen Bereiche übergegriffen hat.[349]

[346] Vgl. Mayring (2008), S. 11
[347] Vgl. Mayring (2008), S. 13
[348] Vgl. Mayring (2002), S. 114
[349] Vgl. Mayring (2008), S. 16

Die Stärke der qualitativen Inhaltsanalyse liegt in ihrem systematischen, regelgeleiteten Vorgehen, welches erlaubt, auch große Materialmengen zu bearbeiten.[350] Dabei will die qualitative Inhaltsanalyse „die Systematik methodisch kontrollierter Textauswertung beibehalten, ohne in vorschnelle Quantifizierungen zu verfallen."[351]
Das methodische Gerüst der qualitativen Inhaltsanalyse lässt sich folgendermaßen zusammenfassen:

- Einordnung in ein Kommunikationsmodell: dabei soll festgelegt werden, was das Ziel der Analyse ist (Variablen des Textproduzenten, dessen Erfahrungen, Einstellungen, Gefühle, der Entstehungssituation des Materials usw.).
- Regelgeleitetheit: Das Material wird in Analyseeinheiten zerlegt und einem Ablaufmodell folgend schrittweise bearbeitet.
- Arbeiten mit Kategorien: Die Analyseaspekte werden in Kategorien gefasst, die begründet und im Laufe der Auswertung überarbeitet werden.
- Gütekriterien: Das Verfahren soll unter anderem intersubjektiv nachvollziehbar sein.[352]

Das Kategoriensystem, das zur Anwendung kommt, baut auf den Theorien der vorangehenden Kapitel auf, wodurch ein unmittelbarer Bezug zu den theoretischen Überlegungen gegeben ist. Das Kategoriensystem ist dabei als flexibel zu betrachten, da möglich ist, zusätzliche, relevante Informationen (die nicht in das bestehende Kategoriensystem hineinpassen) ebenfalls mit zu berücksichtigen und entsprechend die bestehenden Kategorien anzupassen bzw. gänzlich neue Kategorien mit aufzunehmen. Wichtig zu erwähnen ist, dass für den Wissenschaftler bzw. Autor hierbei ein großer Interpretationsspielraum vorliegt, weshalb es wichtig ist, methodisch richtig vorzugehen und die Regeln sowie einzelne Schritte zu befolgen.[353]

Nach *Mayring* sind grundsätzlich drei Grundformen des Interpretierens zu differenzieren und zwar die Zusammenfassung, die Explikation und die Strukturierung. Das Ziel der Zusammenfassung ist es, das Material soweit zu reduzieren, dass wesentliche Inhalte erhalten bleiben und durch Abstraktion einen überschaubaren Rahmen zu schaffen, der ein Abbild des Grundmaterials darstellt. Bei der Explikation geht es darum, einzelne fragliche Textteile und –stellen durch zusätzliches Material zu vervollständigen, um das Verständnis zu erweitern sowie die jeweilige Textstelle zu erläutern und auszudeuten. Das Ziel der

[350] Vgl. Mayring (2008), S. 116
[351] Mayring (2005), S. 4
[352] Vgl. Mayring (2005), S. 4 zitiert nach Mayring (2000)
[353] Vgl. Gläser/Laudel (2006), S. 195f

Strukturierung besteht hingegen darin, bestimmte Aspekte bzw. eine bestimmte Struktur aus dem Material herauszufiltern.[354]

8.3 Ergebnisse

Zu den Gesprächspartnern im Rahmen der empirischen Untersuchung, zählten vier Unternehmen, wobei jedoch insgesamt fünf Interviews geführt wurden. Bei den zwei befragten Clubs/Cafés, handelte es sich nämlich um zwei unterschiedlich positionierte Lokale, die jedoch zum gleichen Unternehmen gehören und von einem Betreiber geführt werden.

In zwei Fällen wurde direkt mit den Inhabern bzw. Betreibern selbst gesprochen, während in drei Fällen, die Gespräche mit Vertretern stattgefunden haben. Bei vier Gesprächen handelte es sich um Einzelinterviews, während in einem Fall, zwei von drei Betreibern anwesend waren.

Die Autorin ging bei der Wahl der Interviewpartner so vor, dass je Kategorie (Clubbetreiber, Diskothekbetreiber, Konzertverantstalter und Clubbing-Veranstalter) jeweils zumindest ein Interview geführt werden sollte, um den betrachteten Bereich bestmöglich abzudecken. Die Auswahl innerhalb der Kategorien, erfolgte rein zufällig. Dies war insbesondere bei der Lokalszene möglich, da hier mit Abstand die meisten Unternehmen zu finden sind. Bei anderen Kategorien, enthielt die Liste weitaus weniger Unternehmen, so dass die Auswahl bei den Konzertveranstaltern willkürlich erfolgte und somit auf den wichtigsten und erfolgreichsten Vertreter zurückgegriffen wurde. Der dahinter stehende Unternehmer, arbeitet ausschließlich mit den großen Balkanstars und organisiert sowohl hier, als auch weltweit die größten Balkanstar-Konzerte. Darüber hinaus wurde er aufgrund seiner hierzulande bereits 20-jährigen Tätigkeit in diesem Bereich sowie der Bekanntschaft mit diversen Lokalbetreibern, als Experte für weitere Fragestellungen (siehe Kapitel sieben) herangezogen.

Bei den Interviewpartnern handelte es sich um einen Konzertveranstalter, ein Unternehmen, das im Bereich der Organisation von Balkan-Clubbings tätig ist (wobei hier mit zwei von den drei Organisatoren aus dem Unternehmen gesprochen wurde), einen Diskothek-Betreiber sowie einen Club-Betreiber, der jedoch mehrere vollkommen unterschiedlich positionierte Lokale in Wien betreibt, so dass zwei Interviews mit je zwei Managern des jeweiligen Clubs geführt wurden. Da die zwei Clubs zwar zum gleichen Unternehmen gehören, jedoch von verschiedenen Managern geführt und vollkommen unterschiedlich positioniert sind, handelte es sich dabei um zwei verschiedene Interviews, so dass diese getrennt voneinander betrachtet werden können. Lediglich die Fragen zum Unternehmensgründer und Inhaber

[354] Vgl. Mayring (2008), S. 58; vgl. Mayring (2008), S. 82; Details zur genauen Vorgehensweise sowie Beispiele zur Auswertung sind u. a. Mayring (2008), S. 42 ff zu entnehmen.

waren dabei die gleichen, wobei unter anderem die Frage nach Motivation für die Selbständigkeit und ähnliche Fragestellungen, auf den Inhaber selbst und nicht auf die Interviewpartner, bezogen waren. Zu diesem Unternehmen gehören insgesamt drei unterschiedlich positionierte Lokale in Wien, wobei es sich bei einem um einen eher volksmusik-orientierten Club handelt, das zweite Lokal ist sowohl als Café tagsüber sowie als Club nachts geöffnet, wobei hier bewusst Volksmusik und Balkan-Folk vermieden werden. Beim dritten Lokal, das derzeit umgebaut und umfunktioniert wird, wird es sich um eine Art Irish Pub handeln. Zu ergänzen ist hierzu, dass dieses Unternehmen mehr als nur diese drei Lokale betreibt. Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit liegt vor allem im Betrieb von Spielautomaten, die an andere Lokale vermietet werden.

Drei von den vier befragten Unternehmern sind sehr lange in der Branche ausschließlich selbständig tätig und zwar seit 30, 12 und knapp zehn Jahren, wobei die letzteren beiden, insgesamt – anfangs unselbständig oder nebenberuflich, später ausschließlich selbständig - weitaus länger in der Branche beschäftigt sind. Der Konzertveranstalter, der insgesamt 30 Jahre in diesem Beruf tätig ist, lebt und arbeitet 20 Jahre davon in Wien. Der Betreiber der beiden befragten Clubs sowie der Diskothek-Betreiber, sind seit 12 und zehn Jahren in dieser Branche ausschließlich auf dem Gebiet Österreichs tätig.
Lediglich die Balkan-Clubbing-Organisatoren sind seit eineinhalb Jahren und somit seit kurzem auf diesem Gebiet tätig. Sie waren auch die einzigen Gesprächspartner, die sich damit quasi nebenberuflich beschäftigen, da sie „hauptberuflich" derzeit noch Studenten sind.
Bei den Interviewpartnern handelte es sich um Personen im Alter zwischen 28 und 45 Jahren, wobei einer sein genaues Alter nicht verraten wollte. Aufgrund der erhaltenen Informationen, ist jedoch davon auszugehen, dass er älter als 45 ist. Bei allen Interviewpartnern mit Ausnahme von einem österreichischen Staatsbürger, handelte es sich um bosnische Staatsbürger, wobei alle mehr als zehn Jahre in Österreich leben. Der Diskothek-Betreiber lebt bereits seit 1975 in Österreich und weist damit die längste Aufenthaltsdauer auf. Wenn man vom Unternehmen absieht und lediglich die Interviewpartner betrachtet, so waren vier Gesprächspartner weiblich (Sekretärin vom Diskothek-Betreiber, zwei Managerinnen der beiden Clubs sowie eine der Organisatoren der Clubbings) und zwei männlich. Insgesamt sind die Betreiber bzw. Unternehmensgründer und –inhaber selbst, mit Ausnahme einer Frau im Team der Clubbing-Organisatoren, jedoch alle männlich.

Größenspezifisch betrachtet, handelte es sich bei den befragten Unternehmen in einem Fall um ein Kleinstunternehmen (Clubbing-Betreiber mit drei Mitarbeitern) und in drei Fällen um

Kleinunternehmen, wobei die Diskothek insgesamt 26 Arbeitnehmer beschäftigt, der Lokalbetreiber im gesamten Unternehmen ungefähr 40 Mitarbeiter hat und das fixe Team des Konzertveranstalters aus zehn Personen besteht. Je nach Veranstaltungs- und Publikumsgröße, besteht jedoch das gesamte Team des Konzertveranstalters (samt nicht fest angestellter Mitarbeiter) an einem Veranstaltungsabend, aus bis zu 100 Mitarbeitern (inklusive der Kellner und des Servicepersonals, der Security-Mitarbeiter usw.).
Mangels eigener Definition von KMU (kleine und mittlere Unternehmen) in Österreich, wurde hier für die Zuordnung zu einer Größenklasse auf die Empfehlung zur Definition von KMU seitens der Europäischen Kommission zurückgegriffen. [355] Danach erfolgt die Zuordnung zu einer bestimmten Kategorie nach quantitativen Merkmalen Mitarbeiterzahl, Jahresumsatz und/oder Jahresbilanzsumme.[356] Unterschieden wird hier zwischen Kleinstunternehmen, kleinen sowie mittleren Unternehmen. Dabei werden zu Kleinstunternehmen all jene gezählt, die weniger als zehn Personen beschäftigen und deren Jahresumsatz bzw. Jahresbilanzsumme höchstens € 2 Mio beträgt. In die Gruppe der Kleinunternehmen fallen jene, die weniger als 50 Personen beschäftigen und deren Jahresumsatz bzw. Jahresbilanzsumme nicht mehr als € 10 Mio erreicht. Mittlere Unternehmen beschäftigen weniger als 250 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Jahresumsatz von höchstens € 50 Mio.[357] Da im Rahmen dieser Arbeit, Informationen betreffend Umsatz und Bilanzsumme der Unternehmen nicht von Interesse waren, erfolgte die Zuordnung allein aufgrund des Merkmals Mitarbeiterzahl. Damit bleibt offen, ob unter Einbeziehung der Umsätze vor allem im Fall des Konzertveranstalters (der ausschließlich mit großen Balkanstars zusammenarbeitet) sowie des sehr erfolgreichen Club-Betreibers, die Zuordnung zu einer bestimmten Größenklasse nicht anders ausfallen würde.

Die Interviews wurden in zwei Fällen im Büro des jeweiligen Unternehmens, in einem Fall im Lokal selbst und in zwei Fällen außerhalb der Räumlichkeiten des Unternehmens (in zwei ausgewählten Lokalen, in welchen Diskretion und Ruhe gewährt werden konnten) in Wien geführt. Die Gesprächsatmosphäre war bei allen fünf Interviews angenehm und offen, so dass konkret in drei Fällen, viele Zusatzinformationen geliefert wurden. Insgesamt ist zu sagen, dass alle Befragten sehr offen mit den Themen und Fragen umgegangen sind. Der Gesprächsverlauf wurde lediglich in zwei Fällen durch Personal zeitweise gestört, konnte jedoch nach kurzen Unterbrechungen, problemlos weiter aufgenommen werden.

Wichtig und interessant zu erwähnen ist die Tatsache, dass im Rahmen der geführten Interviews, mehrmals Hinweise auf Kontakte zu den jeweils anderen Interviewpartnern

[355] Vgl. Behringer (2009), S. 33
[356] Vgl. o.V. (Europäische Kommission, 2006), S. 12
[357] Vgl. o.V. (Europäische Kommission, 2006), S. 14

gegeben wurden. Da die Autorin die Gesprächspartner, wie oben dargestellt, rein willkürlich ausgewählt und nicht nach Beziehungen zu den restlichen Interviewten gefragt hat, kann daraus abgeleitet werden, dass sich die Unternehmer dieser Branche, untereinander kennen und zum Teil auch zusammenarbeiten. Konkret wurde beispielsweise von den Clubbing-Veranstaltern, auf die Zusammenarbeit mit dem befragten Lokalbetreiber hingewiesen (so zum Beispiel in Punkto Veranstaltungsort). Auch der Konzertveranstalter arbeitete bzw. arbeitet zumindest teil- bzw. zeitweise mit dem Lokalbetreiber zusammen (fungiert als Vermittler zwischen den Stars und dem Lokalbetreiber oder ist für die Organisation von kleineren Konzerten in den Lokalitäten des Clubbetreibers zuständig).

Die folgende Vorstellung der Ergebnisse der Befragungen, baut auf den wichtigsten Kategorien auf, die einerseits aus der Theorie der ethnischen Ökonomie und andererseits der Theorie zur Musikwirtschaft (Live-Veranstaltungen populärer Musik), abgeleitet werden.[358]

8.3.1 Motivation - Motive und Gründe für die selbständige Tätigkeit

Für die Interviewpartner, spielten bei der Entscheidung selbständig tätig zu sein, viele verschiedene Motive und Gründe eine Rolle. Dabei ist anzumerken, dass bei allen mehrere Motive bzw. Gründe gleichzeitig von Bedeutung waren. Diese reichten von Unzufriedenheit mit dem Angebot an Veranstaltungen, über besondere Leidenschaft für Musik und Spaß an dieser Arbeit, den Verdienstmöglichkeiten, bis hin zu dem Hineinwachsen in diese Branche aufgrund der familiären Vorgeschichte.

Während die Clubbing-Organisatoren primär aus persönlichen Gründen und aus Unzufriedenheit mit dem bisherigen Angebot an Balkan-Clubbings diesen Schritt gegangen sind und dem Publikum vor allem eine musikalische Vielfalt des Balkans bieten wollten, lagen die Motive beim befragten Konzertveranstalter primär an seiner besonderen Leidenschaft für Musik und der Bewunderung dieser Arbeit auf einem hoch professionellen Niveau. Als weitere Gründe wurden Spaß und Gefallen an der Arbeit genannt, sowie die Erkenntnis, dass diese Arbeit äußerst ertragreich sein kann.

Die Balkan-Clubbing-Organisatoren, waren vor allem mit dem Angebot an Balkanveranstaltungen unzufrieden, da ihrer Meinung nach ein sehr beschränktes, verzerrtes Bild von Balkanmusik geboten wird und nicht alle Ex-Jugoslawen Volksmusik hören: *„Unser Hauptmotiv war, dass es für uns keinen Ort gab, an den wir gerne ausgehen und wo wir uns wohl und gut fühlen würden. Die anfängliche Idee war auch einfach, dass*

[358] Die Gesprächsprotokolle wurden im Original dem Betreuer dieser Diplomarbeit zur Verfügung gestellt und finden sich, aufgrund des enormen Umfangs, nicht im Anhang.

Menschen, die irgendwo „Balkan“ hören, diesen Begriff nicht immer mit reiner Volksmusik in Verbindung bringen sollen und zwar mit solcher, die viele von uns, die aus dem ehemaligen Jugoslawien stammen, um ehrlich zu sein, nie gehört haben. Solche Musik hört man nur hier. Wir wollten den Leuten zeigen, dass dieser Balkan auch seine schönere Seite hat, seine urbane Seite. […] dass wir einfach eine Menge unterschiedlicher Sachen zu bieten haben.“

Zu den Verdienstmöglichkeiten als Motivation im Zusammenhang mit diesem Job, sagten sie Folgendes: *„Anfangs hatten wir natürlich schon auch die Hoffnung bzw. das Ziel, damit auch etwas zu verdienen. Es ist aber eben ein Job, mit dem wir bisher noch nichts verdient haben. Besser gesagt, nicht wirklich nichts, aber es war nicht so viel, dass wir das Geld oder den Verdienst als Motiv sehen könnten, um weiterzumachen. Das ist es nämlich nicht, denn in den letzten anderthalb Jahren unserer Partyorganisation haben wir gesehen, dass es schwierig ist, damit wirklich Geld zu verdienen.“*
In diesem Fall muss der Vollständigkeit halber angemerkt werden, dass die Clubbing-Veranstalter, der Organisation von Partys und Clubbings, lediglich nebenberuflich nachgehen und dies - wie sie mehrmals festhalten - auch aus persönlichen Gründen bzw. zum eigenen Vergnügen machen.

Der Konzertveranstalter erzählte von seinem Weg in die Selbständigkeit, der bereits vor 30 Jahren auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens begann: *„Na ja, zu dem was ich mache, kommt man nicht unbedingt über eine abgeschlossene Ausbildung in dem Bereich und macht es dann, nachdem man einen Titel oder so bekommen hat. Da viele Dinge im Leben mehr oder weniger zufällig geschehen, war es auch bei mir so ähnlich. In erster Linie habe ich Musik schon immer geliebt, sie hat mich immer schon besonders angesprochen und ich habe gerne Konzerte besucht. […] Also, durch das Reisen und die Liebe zur Musik sowie das Kennenlernen vieler Menschen, unter anderem auch der Stars auf ihren Konzerten, kam es dazu, dass viele in mir etwas gesehen haben, ich war ihnen auf Anhieb sympathisch, es hat einfach gepasst, sie hatten mich gerne in ihrer Gesellschaft. Gerade das Kennen der Stars auf der einen Seite und der Club- und Diskothekbetreiber auf der anderen, hat dann irgendwann dazu geführt, dass ich damit angefangen habe, Konzerte zu organisieren. Es ging damit los, dass Betreiber einen Wunsch geäußert haben „den würde ich gerne hier auftreten lassen“ und ich sagte „den kenne ich“, so dass es einfach wirklich ganz spontan los ging, gerade aufgrund meiner Bekanntschaft mit gewissen Leuten.“*

Auch er ging dabei auf die Verdienstmöglichkeit in diesem Job ein: *„Ich hab dann einfach damit begonnen, gewisse Musiker in diese Clubs zu bringen und nachdem alles super*

gelaufen war, waren die Betreiber zufrieden und haben mir halt etwas Geld gegeben, einen Anteil sozusagen. Und auch die Stars haben mir etwas Geld gegeben, weil sie eben für die Vermittlung und den Kontakt dankbar waren. Und da habe ich halt gesehen, dass es wirklich eine Einnahmequelle sein kann, bis ich dann irgendwann, ohne etwas zu verlangen, eine große Summe Geld dafür bekommen habe. Da habe ich dann verstanden, dass es wirklich ertragreich sein kann."

Durch seine Erfahrung und die Arbeit mit vielen bekannten Balkanstars auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens, genoss der Konzertveranstalter bei seiner Ankunft in Österreich, bereits eine starke Reputation in dieser Branche und war innerhalb der eigenen ethnischen Community, auch in Wien bekannt. Deshalb war sein Start in die Selbständigkeit in Wien kein typischer, wie es bei vielen Menschen mit Migrationshintergrund ist: *„Ich bin nach Österreich als Produzent und Manager gekommen. Ich bin jemand, der bisher die größten Konzerte organisiert hat, die größte Anzahl an Stars, aber nicht nur im Musikbereich, da waren diverse kulturelle Veranstaltungen wie Theater und Vieles andere auch dabei. Ich bin nach Österreich also als bereits bewährter Produzent gekommen und als eine medienstarke Person, da ich im Fernsehen verschiedene sehr beliebte Shows gemacht habe."*

Der Diskothekbetreiber, der als einziger vor seiner Selbständigkeit Erfahrungen im Rahmen einer unselbständigen Tätigkeit in Österreich gemacht hatte, war zunächst einige Jahre nebenberuflich in der Gastronomie beschäftigt, fand im Laufe der Zeit Gefallen an dieser Arbeit und beschloss, einen Schritt weiter zu gehen und sich mit einer eigenen Diskothek in dieser Branche selbständig zu machen. Seine Sekretärin erzählte von seinem Weg in die Selbständigkeit: *„Herr S. war früher beschäftigt bei Besteckewerk in Berndorf. Später hat er dann ein Lokal betrieben und nebenbei hat er weiterhin in dem Werk gearbeitet. Das Lokal ist relativ gut gegangen und er war recht erfolgreich und dann hat er sich mehr getraut. Er hat dann 1999 die Diskothek N. eröffnet, praktisch übernommen. Natürlich ist es dann auch sehr viel mehr Arbeit gewesen, als in dem anderen Lokal davor und so ist es zustande gekommen, dass er das nicht mehr nebenbei macht. Dann hat er das ganz aufgegeben, die nicht selbständige Beschäftigung und hat sich vollkommen der Selbständigkeit gewidmet. […] Also, wie er zu dem ersten Lokal damals gekommen ist, das weiß ich jetzt leider nicht. Es war aber auf jeden Fall so, dass ihm das damals getaugt hat und dann ist eben die Diskothek N. gekommen. N. ist größer und es ist dann auch interessanter und er ist auch ein risikofreudiger Mensch. Also wenn ich Ihnen da die Beträge nennen würde, die er so investiert hat… Also man muss da schon auch risikofreudig sein, um so viel rein zu stecken und man muss daran glauben… Ich glaube, dass das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung, für ihn auf jeden Fall auch eine Rolle gespielt hat."*

Der Betreiber der beiden Clubs P. und V., die vollkommen unterschiedlich positioniert sind, machte schon im Alter von 17 Jahren erste Erfahrungen in der Gastronomie, als er im Lokal seines Onkels die Geschäftsführung übernahm. Für ihn stellte sich somit auch später nicht die Frage, ob er etwas anderes machen würde. Durch die Erfahrungen und Kenntnisse, die er sammeln konnte und den Erfolg, den er in der Branche hatte, wusste er, dass er seine eigenen Ideen und Vorstellungen in seinem eigenen Lokal umsetzen will. Die Managerin des Lokals V., erzählte über Herrn A. Folgendes: *„Nach Wien kam er, als er die Hauptschule beendet hatte. Sein Onkel war bereits in dieser Branche in Wien tätig, so dass er über ihn dazu gekommen ist und angefangen hat mit ihm gemeinsam, bereits im Alter von 17 Jahren, in dieser Branche zu arbeiten. So mit 17, 18. Sein Onkel hat damals ein Lokal hier in der Nähe betrieben. […] Herr A. hat im Laufe der Zeit für sich entschieden, dass er diesen Job auch alleine machen kann und hat das Lokal gemietet, in dem sich heute der Club V. befindet. […] Herr A. ist daher in dieser Branche quasi aufgewachsen und das ist auch der Grund, warum er das macht. Der Onkel war sozusagen derjenige, über den er dazu gekommen ist. Er hatte schon damals in Wien zwei, drei eigene Lokale und irgendwann haben sie eben gemeinsam gearbeitet. Herr A. war Geschäftsführer in einem der Lokale von seinem Onkel und hat sich danach, als die richtige Zeit gekommen war, in dieser Branche selbständig gemacht.“*

Die Managerin des zweiten Lokals von Herrn A. – des Lokals P. - erzählte außerdem:
„Es ist so eine Art Erbe, das an ihn weitergegeben wurde. […] Bevor er das erste Lokal damals eröffnet hatte, hat er für seinen Onkel gearbeitet und zwar in seinem Lokal. Dort war er Geschäftsführer und für die Organisation und das Personal zuständig. Nachdem er dort wirklich erfolgreich war, hat er schließlich nach einigen Jahren selbst ein Lokal eröffnet, das wirklich erfolgreich war. Daneben hatte er auch ein weiteres Lokal in der Nähe, das es heute auch noch gibt und das gerade in eine Art Irish Pub umfunktioniert wird. […] Heute betreibt Herr A. drei Lokale, um einfach wirklich drei verschiedene Lokale, drei Varianten zu haben. Also, dieses Lokal hier, das P. ist ein Ort, wo sich Leute unterschiedlichster Abstammung wohlfühlen und angesprochen werden sollen. Es ist ein Lokal, in dem es keine Volksmusik gibt. Das V. ist hingegen eher volksmusik-orientiert und das ist auch das, was irgendwo am besten ankommt bei unseren Leuten. Und schließlich das H., das wird ein Irish Pub sein, wird wahrscheinlich eher andere als unsere Leute ansprechen, weil die gehen da nicht so oft hin.“

Bei fast allen Befragten spielte außerdem der Wunsch bzw. das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung eine Rolle. Die Managerin des Lokals V. sagte dazu: *„Auf jeden Fall hatte Herr A. den Wunsch nach Selbstverwirklichung, weil er jahrelang für jemand anderen*

diesen Job gemacht hat, den er auch sehr gut selbständig machen konnte. Im Laufe der Zeit hatte er auch ein etwas anderes Ziel, ich meine mit 17 denkt man anders als mit 18 oder mit 23, 24. Er hat im Laufe der Zeit ausreichend Erfahrungen in dieser Branche sammeln können, er wusste worum es geht und war damit in der Lage, den Job selbständig zu machen."

Negative Erfahrungen am österreichischen Arbeitsmarkt, wie Diskriminierung und Ähnliches, wurden von keinem der Unternehmer explizit genannt. Vielmehr wurde die Frage nach negativen Erfahrungen von fast allen verneint, da mit Ausnahme des Diskothekbetreibers, niemand zuvor einer unselbständigen Tätigkeit in Österreich nachgegangen ist.

Die Managerin des Lokals P., äußerte sich zur Frage nach negativen Erfahrungen folgendermaßen: *„Herr A. hatte keine negativen Erfahrungen auf dem österreichischen Arbeitsmarkt. Außer der Stelle als Manager im Lokal seines Onkels, war er in keinem anderen Unternehmen beschäftigt. Danach hat er sich eigentlich schon selbständig gemacht. Er hat also schon immer innerhalb der Familie in dieser Art Job gearbeitet. Er startete sozusagen über die Familie und machte dann einfach weiter, weil er erfolgreich darin war und ist."*

Obwohl der Konzertveranstalter keine Erfahrungen als unselbständig Beschäftigter auf dem österreichischen Arbeitmarkt hat, erzählte er, dass grundlegende Unterschiede in seinem Job hier und auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens bestehen: *„Was das Land Österreich betrifft, so gibt es zwei Varianten seine Arbeit zu machen – man kann alles korrekt, ehrlich und offiziell machen und dann gibt es noch die zweite Variante, „schwarz", wie es die Leute auch nennen. Viele unserer Leute denken halt, dass diese zweite Variante mehr bringt, dass es sich mehr auszahlt.[…] Ich muss schon sagen, dass es für mich auch nicht einfach ist, es ist wesentlich schwieriger und komplizierter, wenn man sich an die Regeln hält, das ganze Prozedere, das kann sehr mühsam sein. Wenn ich Ihnen jetzt erzählen würde, welche Schritte notwendig sind, um hier ein großes Konzert zu veranstalten, dann würden wir hier vermutlich zwei Tage lang sitzen. Bei uns unten, ist das halt nicht so. Wenn ich mir aber das alles anschaue, dann glaube ich, dass man so auch arbeiten sollte, weil nur eine solche Vorgehensweise einen langfristigen Erfolg bringt."*

Bezug nehmend auf das Interaktionsmodell im Rahmen der ethnischen Ökonomie kann somit festgehalten werden, dass die darin beschriebenen Hindernisse, im Rahmen dieser Arbeit nicht bestätigt werden konnten. Insbesondere wurde von keinem der Befragten auf Diskriminierung oder Ähnliches eingegangen, was jedoch darauf zurückgeführt werden kann, dass abgesehen von einem eingebürgerten Unternehmer, bisher niemand einer

unselbständigen Beschäftigung auf dem österreichischen Arbeitsmarkt nachgegangen ist. Darüber hinaus wurde im Rahmen der Interviews, von keinem der Befragten ein Mangel an Möglichkeiten und Voraussetzungen bei Beschäftigungsverhältnissen angesprochen.

Auf den Wunsch nach Unabhängigkeit bzw. Autonomie, wurde in einem Fall und zwar bei dem Clubbetreiber eingegangen. Hinsichtlich der Motivation von Herrn A., einer selbständigen Tätigkeit nachzugehen, sagte die Managerin seines Clubs P.: *„Es ist auch die Motivation da gewesen, einem – nennen wir es mal so - monotonen Leben zu entkommen, das Gefühl zu haben, sein eigener Chef zu sein und dass man auf Urlaub fahren kann, dann wann man es will. Also, man kann sagen, auch eine Art finanzielle Stabilität zu haben.“*

8.3.2 Hürden, Hindernisse und Herausforderungen

Im Zusammenhang mit dieser Kategorie, soll einerseits auf die angesprochenen Hindernisse bzw. Hürden bei der Unternehmensgründung selbst und andererseits im Rahmen der Ausübung der Tätigkeit besonders zu Beginn, eingegangen werden. Darüber hinaus sollen die Herausforderungen, die im Rahmen der jeweiligen Beschäftigung zu bewältigen waren, näher beschrieben werden.

In der Literatur wird in diesem Zusammenhang vor allem von gesetzlichen Regelungen, die für die Selbständigkeit von Migranten zu beachten sind sowie rechtlichen und bürokratischen Hindernissen gesprochen, denen sich grundsätzlich auch einheimische Unternehmer gegenübersehen. Darüber hinaus spielen gerade für Migranten häufig auch sprachliche Hürden eine Rolle. Problembereiche, die in der Literatur im Rahmen der ethnischen Strategien angesprochen werden und die unter anderem Beschaffung des Startkapitals, Personalsuche, Kundengewinnung etc. beinhalten, werden aufgrund der Komplexität und der Fülle an Informationen, etwas später einzeln behandelt.

Zu den Ergebnissen der Befragung hinsichtlich Hürden und Hindernissen, kann zusammenfassend festgehalten werden, dass besonders zu gesetzlichen, rechtlichen oder bürokratischen Hürden keine unmittelbaren Informationen geliefert wurden. Keiner der Befragten nannte in Verbindung mit seinem Migrationshintergrund derartige Hindernisse. Auch sprachliche Hürden wurden von keinem der Befragten, im Zusammenhang mit der Ausübung der selbständigen Tätigkeit, angesprochen. Vielmehr wurde auf jobspezifische Herausforderungen eingegangen, die zu Beginn und auch im Laufe der Tätigkeit, zu bewältigen waren.

Der Konzertveranstalter ging bei der Frage nach Hindernissen und Herausforderungen vor allem auf die Unterschiede im Bereich der Selbständigkeit hierzulande und auf dem Gebiet

des ehemaligen Jugoslawiens ein: *„Na ja, wir vom Balkan müssen uns, angesichts der Tatsache woher wir kommen und wer wir sind, bei unserer Begegnung mit Europa schon auf gewisse Unterschiede einstellen. Dessen sind wir uns auch bewusst. Bei vielen Menschen von unten, löst das gewisses Missfallen aus, „warum muss man dies und das, wozu braucht man das“ etc. Ein Land wie Österreich hat einfach ein perfekt funktionierendes System und zwar in vielerlei Hinsicht, sei es jetzt rechtlich gesehen oder sonst wie. Egal wohin man hier geht, man spürt dieses System.[…] Es gibt einfach riesige Unterschiede zwischen einer Unternehmensgründung und –führung bei uns unten und hier in Österreich. Natürlich gibt es in jedem Land Sachen „zwischen den Zeilen“, wie man so schön sagt. So auch hier [..]. Der größte Unterschied, wenn man jetzt unser Gebiet unten mit Österreich vergleicht, ist der, dass man bei uns absolut nichts erreichen kann ohne Beziehungen und Kontakte. Alles läuft über Kontakte. Hier hingegen verlangt man von einem ein Dokument und dabei ist unwichtig, wie man aussieht, ob man schön oder hässlich ist oder in einem Anzug und mit Krawatte erscheint. Hier wird von einem einfach das verlangt, was verlangt wird, das was vorgeschrieben ist. Wenn man das erbracht hat, ist die Sache erledigt.“*

Hinsichtlich der Hindernisse, ergänzte er Folgendes: *„Wenn man sich in einem Land wiederfindet, das einen europäischen Standard hat und in der EU ist, dann ist klar, dass alles bis ins kleinste Detail präzisiert und geregelt ist, da geht's nur darum, für sich selbst festzustellen, ob man bereit dafür ist, ob man alles so wie es ist annehmen will und ob man sich daran halten kann oder nicht. Viele haben es anders versucht, wollten die Regeln umgehen und sich das Prozedere ersparen und sind dabei kläglich gescheitert. Die Einhaltung der Regeln ist aber die Grundlage, wenn man erfolgreich arbeiten will, egal in welchem Land man ist und vor allem in Österreich und der EU, wo es perfekte Standards gibt. Man muss natürlich immer davon ausgehen, wer man ist, ob man im Stande ist, diese Arbeit zu machen, ob man genügend Know-how hat, ausreichende Fähigkeiten, aber auch Mittel und Ressourcen, die notwendig sind, um eine Firma zu gründen. Das ist eine große Herausforderung und eine Prüfung fürs Leben. Es gibt eine Menge Leute, die es versucht haben und gescheitert sind, die bald verstanden haben, dass sie sich vollkommen verirrt haben, dass sie nicht kompetent genug sind für einen solchen Job oder die Selbständigkeit. Ich habe gewissermaßen diese Prüfung bereits in meiner Heimat absolviert, das war die Basis dafür, dass ich diesen Job auch in Österreich weitermachen konnte. Ich arbeite wie gesagt, mit den größten Balkanstars und das ist nun mal die Garantie für ein großes Publikum und damit für den Erfolg. Wichtig ist also das Wissen und das Know-how sowie all die Investitionen in ein solch großes Projekt, damit man am Ende damit Geld verdient. Es ist also wirklich interessant, wie groß die Unterschiede sind, wenn es um die Selbständigkeit bei*

uns unten und hier geht. Bei uns funktioniert das System einfach nicht. Österreich hat ein System und das ist es.“

Die Clubbing-Veranstalter haben aufgrund der Tatsache, dass sie kein Unternehmen gegründet haben, mit derartigen Hürden keine Erfahrungen: *„Wir haben kein Unternehmen in dem Sinne gegründet, wir lösen das vielmehr über die Lokalbetreiber, so dass wir uns um die Organisation kümmern, dabei aber im Hintergrund bleiben. Wir hatten also keine typischen Hindernisse, wie man sie normalerweise bei Unternehmensgründungen kennt, zu bewältigen. Probleme, die wir hatten, das war vor allem der Kapitalmangel, um unsere Clubbings und Partys entsprechend zu bewerben, um so möglichst viele Leute, potenzielle Gäste also, zu erreichen. Das war unser Hauptproblem. […] Also, Marketing ist bei dieser Arbeit…Also, meiner Meinung nach, macht Marketing gute 90% aus. Man muss ja schon was leisten, wenn man mit der ganzen Konkurrenz mithalten will. Meiner Meinung nach, kann man mit guter Werbung, mit entsprechendem Marketing und einer schlechten Veranstaltung, mehr verdienen als ohne Marketing bzw. weniger Werbung und einer wirklich guten Party. Davon haben wir uns wirklich überzeugt. “*

Die Dame aus dem Team ergänzte dazu: *„Man muss sagen, dass der Start über bestehende Kontakte zwar viele Vorteile, aber genauso auch Nachteile hat. Es geht zuerst gut los, bleibt dann aber irgendwann stehen, der Menschenkreis bleibt so wie er ist und verbreitet sich kaum. Also, man hört dann irgendwann nichts mehr über uns, über die Grenzen dieses bestehenden Kreises hinaus. Es gibt noch immer eine ausreichend große Anzahl an Menschen in Wien, die an solchen Veranstaltungen und dieser Art des Ausgehens interessiert sind, die aber noch nicht gehört haben, was bei unseren Partys wirklich geboten wird. Also haben wir wirklich dieses Problem, dass wir mit weniger Geld weniger investieren können und daher unsere Idee wenig bekannt ist.“*

Im Fall des Diskothekbetreibers wurden in Verbindung mit der Selbständigkeit, keinerlei Hürden und Herausforderungen genannt: *„Bei Herrn S. gab es keine sprachlichen Hürden, weil er fließend Deutsch spricht, er hat ja hier auch die Schule besucht und ist seit 1975 in Österreich. Seitens der Konzession hat er eine Dame angestellt gehabt, die gewerberechtlicher Geschäftsführer war und er war weiterhin der handelsrechtliche Geschäftsführer. Er hatte auch vorgehabt, die österreichische Staatsbürgerschaft zu beantragen, das ist dann aber irgendwie unter den Tisch gekommen. Er hat jetzt weiterhin die bosnische Staatsbürgerschaft und eigentlich gab es keine wirklichen Hürden.“*

Im Fall des Lokalbetreibers, bezog sich die Managerin eines seiner Lokale, des Lokals V., bei dieser Frage vor allem auf gesetzliche bzw. bürokratische Hürden und sagte dazu:

„Am Anfang gibt es keine Hürden und die gab es auch bei uns nicht. Die kommen meistens, nachdem man das Unternehmen schon gegründet hat und mit der Arbeit beginnt. Am Anfang gründet man die Firma einfach. Da gibt es keine Probleme, außer man hat kein Visum oder keinen geregelten Status, dann natürlich schon. Aber sonst… Herr A. hatte da absolut keine Hürden. Auch bürokratische Hürden gab es absolut nicht. Er hat die österreichische Staatsbürgerschaft, so dass es keine Hindernisse dieser Art gegeben hat.“

Die Managerin des zweiten Lokals P., das auch von Herrn A. betrieben wird, sagte hinsichtlich bürokratischer Hürden Folgendes: *„Herr A. ist für den Staat ein Österreicher, er hat die österreichische Staatsbürgerschaft und damit gab es keine Hürden dieser Art. Auch seine wichtigste Mitarbeiterin, die das Unternehmen eigentlich nach außen hin repräsentiert und unter anderem Club V. führt, ist in Österreich geboren und hier aufgewachsen. Sie beide sprechen also perfektes Deutsch und legen ein ganz normales Verhalten an den Tag, das nichts mit diesem „Ausländer-Benehmen“ zu tun hat. Also, alles auf einem gewissen Niveau, so dass es absolut keine Probleme oder Hürden dieser Art gab.“*

Zu jobspezifischen Herausforderungen sagte sie jedoch: *„Die wichtigste Herausforderung war auf jeden Fall, sich selbst zu beweisen, dass man in diesem jungen Alter, einen so empfindlichen, schwierigen Job überhaupt meistern kann. […] Eine Herausforderung ist auf jeden Fall auch, den Menschen, die vielleicht geglaubt haben, dass man es nicht drauf hat, zu beweisen, dass man stark ist und dass man es doch kann. Hindernisse oder Schwierigkeiten waren vor allem die Konkurrenzsituation, also schon eine starke Konkurrenz die es gibt und gab, jetzt allgemein gesehen. Dann war natürlich auch die Schwierigkeit gegeben, dass man keine besonders große Erfahrung hatte als Unternehmer, es geht da um Entscheidungen wie – was soll man eröffnen, wie soll man einem großen Publikum gerecht werden und dessen Wünsche erfüllen, welche Musik soll es am besten sein, um Erfolg zu haben, aber doch nicht genau das Gleiche zu bieten, wie alle anderen? Also, eine große Herausforderung in diesem Job ist sicherlich auch, es soweit zu bringen, dass man ein möglichst großes Publikum anspricht und sich zugleich von anderen Anbietern abhebt. Das sind alles Hindernisse und Herausforderungen zugleich. Und ich glaube ehrlich, dass nicht mal Herrn A. selbst wirklich bewusst war, dass er es mal so weit bringt – als relativ junger Mann mit nur 36 Jahren. Wenn man sich nur seine Firma anschaut, er beschäftigt viele Leute, die meist in seinem Alter sind. Und er ist einer der wenigen, die ich kenne, die in diesem Alter bereits eine solche Autorität genießen, dass seine gleichaltrigen Mitarbeiter, eine derart große Ehrfurcht ihm gegenüber zeigen, er jedoch derart locker und umgänglich ist als Mensch. Also ich denke, dass er damit seine Herausforderungen bereits bestens bewältigt hat.“*

Mangelnde Sprachkenntnisse wurden lediglich auf Nachfrage vom Konzertveranstalter genannt. Wie er jedoch schildert, stellen diese im Rahmen seiner Selbständigkeit kein Problem dar: *„Ich muss zugeben, ich habe diese eine riesige Versäumnis und das ist eben die, dass ich die deutsche Sprache nie perfekt gelernt habe. Das sehe ich als meinen größten Fehler und der ist vor allem deshalb zustande gekommen, da ich in Österreich vom ersten Tag an, laufend mit unseren Leuten zu tun hatte, ich habe Balkan-Lokale eröffnet und betrieben und das sind eben Orte, die von unseren Leuten besucht werden. Allein aufgrund dessen, habe ich wenig Deutsch gesprochen und hab – was ich selbst lustig finde – lediglich einen Grundkurs in Deutsch absolviert. Das ist für mich viel zu wenig. Ich muss aber Eines dazu sagen - und das könnte man als eine Art Entschuldigung nehmen –, wenn es um wichtige Dinge geht, dann habe ich immer einen Dolmetscher dabei, obwohl ich meistens zu hören bekomme, dass ich mich selbst gut genug verständigen kann und es gar nicht notwendig wäre. Die Leute finden es eigentlich sympathisch, wie ich Deutsch spreche. Wenn es also um wirklich wichtige Sachen geht, dann ist immer ein Dolmetscher dabei und das ist ja heute auch normal. Somit sehe ich es so, dass ich auch in diesem Fall die Kriterien erfülle. Dennoch muss ich ehrlich sagen, dass ich die mangelnden Deutschkenntnisse, für mich als eine große Versäumnis erlebe."*

Die restlichen Befragten, insbesondere der Lokalbetreiber und der Diskothekbetreiber leben seit langem in Österreich und sprechen fließend Deutsch.

8.3.3 Netzwerke

Die Frage nach Netzwerken bezog sich einerseits auf im Vorfeld bestehende Kontakte und ihre Bedeutung für die Entscheidung selbständig tätig zu sein und andererseits auf Netzwerke und Kontakte im Rahmen der laufenden Geschäftstätigkeit, wie Kontakte zu Lieferanten und Geschäftspartnern. Bezug nehmend auf die Theorie der ethnischen Ökonomie, war das Ziel unter anderem herauszufinden, wie wichtig ethnische Netzwerke im Rahmen der Selbständigkeit von Migranten sind.
Die Bedeutung von Netzwerken und Kontakten im Zusammenhang mit der selbständigen Tätigkeit, wurde mit einer Ausnahme von allen Befragten deutlich hervorgehoben. Dabei spielen bei allen Befragten sowohl ethnische Netzwerke als auch Kontakte zu Menschen außerhalb der eigenen ethnischen Community eine wichtige Rolle. Insbesondere bei den Geschäftspartnern der Unternehmer handelt es sich nicht ausschließlich um Menschen aus der eigenen ethnischen Community.

Der Konzertveranstalter machte deutlich, wie wichtig Netzwerke in seinem Job sind: *„Es ist einfach undenkbar, diesen Job ohne Netzwerke und entsprechende Kontakte zu machen.*

[…] Ich habe im Laufe meiner Karriere wirklich unzählige Menschen und Künstler kennengelernt…[…]“

Allerdings erklärte er auch, dass für ihn niemals die ethnische Abstammung seiner Geschäftspartner, Mitarbeiter und anderer Personen im Vordergrund gestanden ist:
„Ich wähle und urteile niemanden nach seinem Namen. Das ist für mich unwichtig. Ich habe natürlich auch österreichische Mitarbeiter und Partner, ich habe sehr wohl auch österreichisches Publikum, auch slowakisches, rumänisches und bulgarisches. Wenn wir Dino Merlin hernehmen, ob Sie's glauben oder nicht, zu seinen Konzerten kommen Menschen von überall her. Viele können nicht mal unsere Sprache. […] Bei Zdravko Čolićs Konzert war einer der Sponsoren eine große amerikanische Firma, Aurora, eine der weltweit größten Firmen für Pokerspiele und Ähnliches im Internet. Auch die Raiffeisen Bank war ein Sponsor. Flyer und Plakate für meine Konzerte gibt's also auch in Raiffeisen Filialen, man kann dort sogar Tickets kaufen. Ich hatte beim Zdravko Čolić Konzert dann auch die Schlüsselpersonen aus diesen Firmen mit dabei. Diese Menschen können dabei kein Wort auf unserer Sprache, nicht mal guten Tag.“

Die Clubbing-Veranstalter sahen dies ähnlich: *„Kontakte zu anderen Menschen aus Ex-Jugoslawien waren für uns am Anfang sehr wichtig. Wenn nicht das Wichtigste überhaupt. Wir wussten schon im Vorfeld, dass es an die 100 Leute gibt, die sicher zu unseren Veranstaltungen kommen würden… Und wir dachen, dass wäre eine gute Basis, wenn zu der ersten Party ca. 100 Leute kommen, die zufrieden nach Hause gehen würden, das wäre für uns die beste Werbung. Somit waren die Bekanntschaften mit verschiedenen Leuten, für uns natürlich eine gute Grundlage für den Start.“*

Zur Frage nach der Bedeutung der eigenen ethnischen Community wurde außerdem ergänzt: *„Was die Zusammenarbeit mit unseren Leuten anbelangt, da könnte man sagen, dass es sich in ca. 80% der Fälle um Leute aus Ex-Jugoslawien handelt, mit denen wir zusammenarbeiten.“*

Auch beim Inhaber der beiden Lokale waren und sind sowohl zu Beginn der Selbständigkeit als auch laufend, bestehende Kontakte von großer Bedeutung: *„In einem Job, wie es dieser ist – wenn man sein eigenes Lokal betreibt – ist es sehr wichtig, dass man sich seit langem in diesen Kreisen bewegt. […] Kontakte sind auf jeden Fall am allerwichtigsten. Vor allem im Fall eines solchen Standortes wie hier, sind Kontakte besonders wichtig. Hätten wir einen Standort irgendwo im 1. Bezirk mitten in der City, dann nehme ich, wären Kontakte nicht so wichtig wie hier. Da würden die Leute quasi von selbst kommen. An Standorten wie hier,*

besteht das Publikum zu 90% aus Stammgästen, die wiederum aufgrund der Bekanntschaft mit Herrn A. herkommen. Die Leute kommen also wirklich aus einer gewissen Verbundenheit und Freundschaft zum Betreiber bzw. zu unserem Team her und zwar unabhängig davon, wo sie wohnen. Weiters – will man eine Veranstaltung organisieren -, sind natürlich auch Kontakte und Netzwerke äußerst wichtig. Wenn ich hier eine Party plane, brauche ich Hostessen und muss wissen, an wen ich mich da wende. Wenn ich neue Weine ins Sortiment aufnehmen und sichergehen will, dass es richtig gute Weine sind, dann weiß ich genauso, wen ich anrufen muss. Und das gilt auch, wenn es um Dekoration und Interieur geht und Sonstiges. Man hat halt überall seine Ansprechpersonen und Kontakte."
Auch die Managerin des zweiten Lokals von Herrn A., teilte diese Meinung und ging vor allem auf die Bedeutung des eigenen Teams und der Mitarbeiter ein: *„Netzwerke und Kontakte waren auf jeden Fall sehr wichtig. In dieser Branche, egal ob man ein Café oder eine Diskothek betreibt, musst du einfach Leute um dich haben, die da sind, wenn du sie brauchst, denen du vertraust und bei denen du weißt, dass sie im Stande sind, dein Betrieb zu führen und alles am Laufen zu halten, auch wenn du mal für zwei, drei Wochen auf Urlaub bist. Kontakte sind besonders auch am Anfang sehr wichtig, weil, je mehr Leute man kennt, desto größer ist die Sicherheit, dass nach der Eröffnung für erste Gäste gesorgt ist, denn jeder wird zumindest einmal reinschauen. […] Und eine bessere Werbung als Mundpropaganda gibt es nicht."*

Beide Lokale arbeiten mit Geschäftspartnern unterschiedlicher Abstammung zusammen. Im Fall des Lokals P., sind dabei vor allem österreichische und serbische Partner von Bedeutung: *„Unsere Lieferanten von Zigaretten und Alkohol sowie allen anderen Produkten, die wir so brauchen, sind großteils Österreicher. Wenn es um Geschäftspartner geht, dann sind das hauptsächlich Belgrader. So zum Beispiel der Architekt, der für unser Lokal zuständig ist, der ist aus Belgrad. Wenn wir Promotion-Material brauchen, dann lassen wir das auch in Belgrad machen. Die Netzwerke sind also Belgrad – Österreich kann man sagen. Zu unseren Geschäftspartnern zähle ich natürlich auch die Musiker, die hier auftreten. Das sind im Fall von P. vor allem Studenten, die in Wien mehr oder weniger in allen Balkan-Lokalen, in denen Livemusik geboten wird, auftreten und wo vor allem Pop, Rock und diverse Ex-Yu-Unterhaltungsmusik gespielt wird. Das sind also Gitarre-Studenten. Samstags haben wir einen DJ, der ist auch aus Ex-Jugoslawien. […] So gesehen, haben wir also auch ex-jugoslawische Geschäftspartner."*

Auch im Fall des Clubs V., kommen Partner sowohl aus der, als auch außerhalb der eigenen ethnischen Community: *„Das ist gemischt, es sind nicht nur unsere Leute, mit denen wir*

zusammenarbeiten. Wenn wir über Getränkelieferanten sprechen, dann sind das schon Ex-Jugoslawen, alles andere sind eher keine Ex-Jugoslawen."

Lediglich im Fall des Diskothekbetreibers, wurden Netzwerke und Kontakte zu Beginn der Selbständigkeit, als nicht entscheidend gesehen: *„Ich glaube nicht, dass Netzwerke und Kontakte für Herrn S. wichtig waren. Er war wirklich ein Quereinsteiger und ohne jegliche Kontakte in dieser Hinsicht."*

Selbst für die laufende Geschäftstätigkeit scheinen hier die Kontakte weniger wichtig zu sein, als es bei den anderen Befragten der Fall ist: *„Also, bei kleineren Lokalen ist das sicher wichtiger, wenn man jetzt mit Netzwerken die Kontakte zum Publikum und Kunden meint. Da ist es dann schon wichtig, dass man da auch seine eigenen Freunde oder so hat, die kommen. Wenn es so ein großes Lokal wie das N. ist, dann ist natürlich auch wichtig, dass man zu den Kunden ein gutes Verhältnis hat, aber in kleinen Lokalen ist das finde ich viel wichtiger als in großen. Da kommt wirklich jeder der möchte. Da ist man nicht so auf die Freunde und Bekannten angewiesen."*

Die Wichtigkeit von Kontakten, wird jedoch bei der Diskothek im Fall der Musikerauswahl, betont: *„Also, da braucht man schon sehr viele Kontakte, ohne Kontakte geht da überhaupt nichts. Um diese Sachen kümmert sich bei uns mein Mann, er ist für die Musiker und das Programm zuständig."*
Zusammenarbeit mit Menschen aus der eigenen ethnischen Community, wie mit Geschäftspartnern und Lieferanten, wurde jedoch auch bei der Diskothek bejaht: *„Wir haben eigentlich auch viele Partner, die nicht ex-jugoslawischer Herkunft sind. Wir haben zum Beispiel einen Getränkelieferanten der türkisch ist, wir haben österreichische Getränkepartner natürlich auch und auch andere Partner, was das System betrifft. Natürlich, von der Technik her, haben wir da auch Ex-Jugoslawen. Der macht zum Beispiel das Ganze, den Ton und das Ganze. Es ist also quer durch die Reihe, total gemischt, was die Herkunft der Partner betrifft. Da wo's billiger ist, ehrlich gesagt."*

8.3.4 Allgemeine Unterstützung seitens der ethnischen Community

Im Sinne der ethnischen Ökonomie, spielt bei der Selbständigkeit von Unternehmern mit Migrationshintergrund, auch die Unterstützung seitens der eigenen ethnischen Community eine wichtige Rolle. Dabei kann es sich um kulturelle, soziale oder ökonomische Unterstützung handeln.

Im Rahmen der hier durchgeführten Befragung, wurde die Unterstützung seitens der Familie, der Bekannten bzw. der eigenen ethnischen Community im Allgemeinen von fast allen Befragten hervorgehoben.

Für die Clubbing-Veranstalter spielte vor allem die Unterstützung seitens der Freunde und Bekannten eine wichtige Rolle: *„Unterstützung war definitiv sehr wichtig. Seitens der Familie zwar weniger, weil meine ganze Familie unten ist. Aber die Unterstützung von Freunden und Bekannten, aber auch von Menschen, die wir nur flüchtig kennen, die war wirklich wichtig. Angefangen bei den Vereinbarungen bezüglich des Veranstaltungsortes für unsere erste Party, bis hin zum Erscheinen der Gäste usw. Das waren vor allem unsere Freunde, die auch ihre Freunde mitgenommen haben.“*

Auch das zweite Teammitglied bestätigte dies: *„Natürlich waren diese Freunde mehr oder weniger bei jeder unserer Veranstaltungen ein großer und wichtiger Teil des Geschehens. Sie sind uns häufig entgegen gekommen, haben uns geholfen und waren bei der Organisation mit dabei, so dass ihre Hilfe und Unterstützung sehr wichtig waren. Und all das, ohne dass sie eine Gegenleistung erwartet hätten.“*

Beim Diskothekbetreiber war die Unterstützung seitens der Familie von großer Bedeutung:
„Das erste Lokal von Herrn S., das war damals noch ein Familienbetrieb. Da haben alle mitgeholfen. Beim N. dann eher weniger, der Bruder hat aber auch hier sehr viel mitgeholfen und der Schwager am Anfang auch. […] Finanziell haben ihm dann auch alle geholfen, das war ein riesen Betrag den er da hat aufbringen müssen und einen Kredit hat er dann aufgenommen, aber das hat er dann schnell wieder zurückbezahlt.“
Auch im Fall des Lokalbetreibers wurde die Unterstützung seitens der eigenen ethnischen Community angesprochen. Die Managerin des Lokals P. äußerte sich dazu folgendermaßen:
„Ich denke, dass auf jeden Fall irgendeine Art von Unterstützung da sein musste, egal ob seitens der Familie oder der Freunde. Ich glaube vor allem, dass um einen solchen Erfolg zu erreichen, sicher immer wieder Ratschläge oder sonstige Unterstützung von Freunden oder so notwendig waren. Egal ob es um ganz banale Dinge geht, wie wo sollte ein bestimmtes Bild hängen oder Sonstiges. Er sagt zumindest, dass er ohne gewisse Menschen vielleicht gar nicht dort wäre, wo er heute ist. Und dann natürlich auch die Unterstützung seitens seiner Frau und der Kinder. Er ist eigentlich 24 Stunden am Tag für den Job da, egal was ist. Ich denke, dass man ohne eine solche Unterstützung, besonders seitens der Angehörigen, gar nicht so erfolgreich sein könnte.“

Die Managerin des zweiten Lokals von Herrn A., sieht die Situation allerdings etwas anders und verneint anfängliche Unterstützung seitens der Familie: *„Nein, anfangs gab es keine Unterstützung weder finanzieller noch sonst irgendeiner Art.“*

8.3.5 Startkapital

In Punkto Startkapital und Kapitalbeschaffung, geht die Literatur primär davon aus, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund, vor allem auf die eigene ethnische Community zurückgreifen und seitens dieser, häufig die Möglichkeit zur Kreditaufnahme bekommen. Die Möglichkeit, außerhalb der eigenen ethnischen Gruppe an Startkapital zu gelangen, sei für viele Migranten nicht vorhanden. Im Rahmen der hier vorliegenden Untersuchung, konnten diese Annahmen nur teilweise bestätigt werden.
Abgesehen davon, dass in drei Fällen kein großes Startkapital notwendig war, wurde in einem Fall auch die Kreditaufnahme bei einem österreichischen Kreditinstitut angesprochen.

Im Fall der Clubbing-Veranstalter war kein wirkliches Startkapital notwendig. Der Start wurde vor allem durch das Entgegenkommen und die Unterstützung seitens der eigenen Community ermöglicht: *„Wir haben wirklich mit Hilfe unserer Kontakte und Freunde gestartet und es lief alles nach Vereinbarungen und wir haben es so geplant, dass wir wirklich mit einer positiven Null beginnen konnten. Wir wollten also etwas versuchen, uns war schon bewusst, dass der Anteil an unseren Leuten, die keine Volksmusik hört, doch klein ist. Und daher war klar, dass es eher wenige Leute gibt, die bei so einem Konzept den ganzen Abend zufrieden sein würden, wenn sie also nicht all das zu hören bekommen, woran sie hier oder unten schon gewöhnt sind. Das ist also schon die eine Sache bzw. Eigenschaft, die uns von anderen Anbietern, von der Mehrheit also, abhebt. Es wäre ja schon lächerlich, etwas Ähnliches wie alle anderen zu starten, ohne größeres Kapital. Also, wir haben wirklich mit den bestehenden Kontakten gestartet und hatten wirklich Glück, weil wir Unterstützung seitens der Freunde und Bekannten bekamen.“*

Der zweite aus dem Clubbing-Team, ergänzte dazu Folgendes: *„Vor allem die ersten beiden Veranstaltungen – da hatten wir den Club V. zur Verfügung. Ein Lokal, von dem alle wissen, dass es in die Gruppe des Balkan-Folk zugeordnet werden kann und jeder weiß, welche Musik normalerweise dort geboten wird. Für uns war das schon ein Problem, jene Leute, die solche Musik nicht hören, dorthin zu bekommen. Wir hatten aber schon ein riesen Glück, weil uns der Besitzer gesagt hat: „Hier, organisiert was, macht was. Keine Sorge um die Kosten, wir zahlen die Musiker und die gesamte Organisation und alles was dazu gehört.“. Wir hatten also von Anfang an diese Unterstützung, ohne die wir vielleicht erst gar nicht gestartet hätten. Hätten wir in diese ersten beiden Partys wer weiß wie viel Geld reinstecken*

müssen, hätten wir uns wahrscheinlich dagegen entschieden. Vor allem, weil wir sehr beschäftigt sind und uns primär um unsere Uniabschlüsse kümmern wollen…“

Auch beim Konzertveranstalter, der heute aufgrund der Zusammenarbeit mit großen Balkanstars und entsprechender Veranstaltungsorte, sehr viel in die Organisation seiner Konzerte investieren muss, war anfangs kaum Startkapital von Nöten: *„Was das Kapital betrifft, so habe ich ganz ehrlich, zu Beginn keine großen Konzerte organisiert. Das waren Veranstaltungen vor allem in Clubs und Diskotheken, so dass ich damals nicht besonders hohe Ausgaben hatte. Das waren kleinere Beträge, wie zum Beispiel fürs Telefonieren, die Reise und die Unterkunft der Künstler und solche Sachen. Ich hab damals einfach meinen Anteil bekommen – ob von den Künstlern selbst oder von den Betreibern -, der abhängig war vom jeweiligen Musiker und seinem Marktwert. Von wem das Geld kam, war reine Verhandlungssache. Im Laufe der Zeit hab ich erkannt, dass bei manchen Auftritten in den Clubs, sehr viele Menschen draußen bleiben, weil nicht genug Platz vorhanden ist. Da habe ich erkannt, dass ich wirklich Konzerte auf einem etwas anderen Niveau organisieren kann und so begann das Ganze größere Ausmaße anzunehmen. Ich hab dann wirklich sehr, sehr viele Konzerte mit vielen großen Stars organisiert und mache das heute noch.“*

Der Lokalbetreiber hatte zu Beginn keine Unterstützung, hat sich jedoch aufgrund der Zusammenarbeit mit seinem Onkel ein Startkapital angespart, welches er auch im Rahmen seiner Selbständigkeit nutzte: *„Das Startkapital hat Herr A. aufgrund der Zusammenarbeit mit seinem Onkel aufgebracht. In den paar Jahren, in denen er für ihn gearbeitet hat, hat er eigenes Kapital erwirtschaftet und damit hat er damals gestartet. Da hat er auch nicht großartig viel Geld benötigt. Später hat er einen Geschäftspartner kennengelernt, der mit ins Geschäft eingestiegen ist.“*

Lediglich beim Diskothekbetreiber war bereits zu Beginn seiner Selbständigkeit eine große Geldsumme notwendig, die er einerseits durch familiäre Unterstützung und andererseits durch Kreditaufnahme bei einem österreichischen Kreditinstitut aufbringen konnte: *„Es war damals eine Ablöse von neun Millionen Schilling zu zahlen, die man damals hat aufbringen müssen. Das war ein relativ großer Betrag, wer 1999 eine Million Schilling gehabt hat, war schon reich, geschweige denn von neun. Und da hat er einen Teil finanzieren lassen und einen Teil hat er von der ganzen Familie bekommen. Die haben also alle an ihn geglaubt und haben ihm das auch geborgt. Das ist dann auch wirklich gegangen, das hat er ihnen dann auch wirklich gleich alles zurückbezahlt. Also wirklich keine Schwierigkeiten. Er hat eigentlich auch gute Bankkontakte gehabt. Also, 1999 war es schon auch ein bisschen leichter als jetzt, war also kein Problem.“*

8.3.6 Personalbeschaffung

Fast alle Befragten gaben an, dass insbesondere zu Beginn ihrer Selbständigkeit in Punkto Personal, auf Personen zurückgegriffen wurde, die man bereits kannte und die zum Großteil aus der eigenen ethnischen Gruppe stammen.

Das Team der Clubbing-Veranstalter besteht aus drei Personen, die sich bereits lange vor der Zusammenarbeit kannten: *„Unser Team gab es schon lange vor diesem Projekt… Wir haben schon vorher an einigen Sachen zusammengearbeitet, so dass wir bereits Erfahrung in der Zusammenarbeit hatten und wir kannten uns schon sehr gut und wussten, worauf wir uns einlassen. Und auch mit wem."*

Auch im Fall des Lokals P., spielten bei den ersten Mitarbeitern vor allem Bekanntschaften eine entscheidende Rolle: *„Die ersten Mitarbeiter kamen aufgrund von Bekanntschaften. Da die Mehrheit unserer Gäste von Anfang an – also 99,9% davon - aus Ex-Jugoslawien stammte, hielt es Herr A. für angebracht, dass auch das Personal unsere Sprache beherrscht, so dass die Mitarbeiter anfangs alles unsere Leute waren und zwar aus ganz Ex-Jugoslawien. Später und auch jetzt, suchen wir das Personal noch immer auf der Grundlage der Bekanntschaften aus, aber vor allem Leute, die hier einen geregelten Status haben. Auch ich bin über einen gemeinsamen Freund zu diesem Job gekommen, mehr oder weniger wir alle, die hier arbeiten. Ich glaube, dass in 99,9% unserer Lokale, die Personalauswahl so erfolgt. Bei uns sind die zwei wichtigsten Voraussetzungen einschlägige Erfahrung und die Beherrschung der deutschen Sprache. Im Rahmen der Gastronomie läuft die Personalsuche weniger professionell ab, da ist es in anderen Branchen doch etwas anders."*

Beim zweiten Lokal von Herrn A., wurde auf Mitarbeiter aus einem früheren Beschäftigungsverhältnis zurückgegriffen, so dass auch hier Bekanntschaften entscheidend waren: *„Eigentlich war der Großteil von uns schon damals in dem Lokal des Onkels von Herrn A. beschäftigt, wo er als Geschäftsführer tätig war. Als er damals wegging, gingen viele von uns mit. Somit hatte er seine ersten Mitarbeiter schnell gefunden. Im Laufe der Zeit kamen und gingen einzelne Mitarbeiter, da gibt es keine Regeln in dem Sinne, aber viele von uns sind ihm gefolgt, jeder aus seinem eigenen Grund."*

Im Fall der Diskothek wurde das Personal zum Großteil vom Vorbesitzer übernommen: *„Die Mitarbeiter waren damals alle schon beschäftigt bei T., Herr S. hat eigentlich alle übernommen bis auf ein paar Kellner, die wollten dann nicht mehr. Aber, wir haben jetzt teilweise auch noch Kassiererinnen, die sind seit 20 Jahren da beschäftigt. Die waren also bei T. und sind noch immer dabei. Garderobe zum Beispiel sind alles noch alte Mitarbeiter. Und die kommen alle quer durch die Bank, also Österreicher, Ex-Jugoslawen usw. Die*

restlichen Mitarbeiter hat man dann ganz einfach - wie es sonst auch üblich ist - rekrutiert, das waren dann keine Freunde oder Familienmitglieder."

Der Konzertveranstalter betont im Hinblick auf die Auswahl seines Personals, vor allem die Bedeutung der Fähigkeiten des jeweiligen Mitarbeiters: *„Als Erstes, weiß ich einfach, welche Mitarbeiter ich brauche und wer gewisse Bereiche bei meinen Projekten übernehmen könnte. Das ist erstmals sehr wichtig. Wenn ich an einem größeren Projekt arbeite, dann gibt es zwischen 160 und 170 Schritte bzw. Punkte, die ich erledigen muss. Das fängt bei der Wahl des Künstlers an, dann kommt die Wahl der Musikhalle, dann die ganze Technik, Beleuchtung, Security, alle möglichen administrativen, behördlichen Sachen, alle möglichen Spezialreklamen, die Sponsoring-Sachen usw. usw. Es gibt einfach sehr viele Dinge, die zu erledigen sind. Es ist wirklich ein umfangreicher Job, den ich nicht alleine machen kann, aber all das muss letzten Endes meine Kontrolle bestehen und ich setze für diese Bereiche Leute ein, in die ich Vertrauen habe und die natürlich für ihre Arbeit entsprechend entlohnt werden. Das läuft also alles über Teamarbeit, die sehr wichtig ist. Und jeder, der seine Sache gut gemacht hat, der bleibt bei weiteren Projekten. Ein gutes Team bleibt immer bestehen."*

Auch die Theorie betont die Wichtigkeit ethnischer Unternehmen als Arbeitgeber für die eigene ethnische Gruppe. Darüber hinaus geht man davon aus, dass die meisten kleinen ethnischen Unternehmen bei der Personalbeschaffung auf ihre Familienmitglieder bzw. Landsleute angewiesen seien. Wie bereits unter 8.3.3 bei den Netzwerken ausgeführt wurde, spielten für die befragten Unternehmen, zum Großteil Menschen aus der eigenen ethnischen Gruppe, als Mitarbeiter eine wichtige Rolle. Es wurde sowohl auf Familienmitglieder als auch auf Bekannte sowie Personen, die ebenfalls ex-jugoslawischer Herkunft sind, zurückgegriffen. Obwohl der Konzertveranstalter mehrmals betonte, dass es ihm nicht auf die Abstammung seiner Mitarbeiter ankomme, sondern vielmehr auf die jeweiligen Qualitäten, so sind für ihn zumindest teilweise, auch Menschen aus der eigenen ethnischen Gruppe tätig. All dies macht deutlich, dass die befragten Unternehmen zwar nicht unbedingt auf ihre Landsleute als Mitarbeiter angewiesen sind, dass diese jedoch aus diversen Gründen, zum Großteil dennoch aus der gleichen ethnischen Community stammen. Aus den Interviews lässt sich ableiten, dass vor allem wegen des Produktangebotes und der Zielgruppe, die bei allen zu einem großen Teil aus Ex-Jugoslawen besteht, häufig ebenfalls auf Ex-Jugoslawen als Personal zurückgegriffen wird.

8.3.7 Konkurrenzsituation

Das Thema Konkurrenz ist von besonderer Bedeutung. Die Ergebnisse der Befragungen, liefern dazu einige interessante Einsichten. Auffallend ist, dass die meisten Befragten andere, vergleichbare Anbieter kaum als Konkurrenz wahrnehmen.

Im Fall der Clubbing-Veranstalter war die letztendlich entstandene Konkurrenzsituation, alles andere als erwünscht, da sie sich von anderen Anbietern durch ihr spezielles Angebot, stark abheben wollten: *„Die Sache ist die, das alles – also unsere Idee, das was wir ursprünglich wollten und was nicht –, das ist mittlerweile in eine ganz andere Richtung gegangen. Wir wollten ja etwas ganz anderes, als es die anderen bieten. Nehmen wir zum Beispiel, andere Balkan Partys und Veranstaltungen in Wien her, wie A. oder Bo. Die sind im Laufe der Zeit für uns schon zur Konkurrenz geworden, weil wir im Grunde die gleiche Zielgruppe haben. Leider ist es dazu gekommen, ich wiederhole, unser anfängliches Ziel war etwas anderes. Wir haben mit Club V. gestartet und hatten vor – wenn wir genug Leute ansprechen würden – den Leuten einen Tag in der Woche zu bieten, an dem sie wirklich all das hören können, was sie wollen, was vor allem nicht das ist, was man in allen anderen Clubs hört. Aber ich sage, mit der Zeit sind diese anderen Partys zur Konkurrenz geworden und mittlerweile halten wir unsere Partys zum Teil am gleichen Tag ab, so dass es wirklich zu einem Kampf geworden ist.“*

Außerdem ergänzten sie Folgendes: *„Wir wollten eine Veranstaltung sein, die ein Mal in zwei Monaten stattfindet, die viele Leute gerne besuchen, die aber darüber hinaus ihre Stammlokale haben, in die sie auch gehen, wenn unsere Party gerade nicht stattfindet. Wir wollten uns also nie irgendwie reindrängen und regelmäßig, in kurzen Abständen stattfindende Veranstaltungen, anbieten. Somit kann man eher schwer von Konkurrenz sprechen in diesem Fall… Außer bei den schon erwähnten Partys. Die finden alle vor allem Anfang oder Ende des Semesters statt und da das Publikum vor allem aus Stundenten besteht, überlappen sich unsere Termine mit deren. Dadurch sind wir automatisch Konkurrenten.“*

Der Konzertveranstalter, der darüber hinaus erfolgreicher Produzent und Manager der großen Balkanstars ist, sieht aufgrund seiner äußerst erfolgreichen, jahrelangen Zusammenarbeit mit diesen Stars, in anderen Konzert-Organisatoren keine Konkurrenz:
„Ich bezeichne mich in erster Linie als Produzenten und nicht als Manager. Es gibt in Wien einige Manager für diesen Bereich. Das ist so ähnlich wie beim Sport. Es gibt ja die Bundesliga, dann gibt es die erste Liga, die zweite und die dritte usw. Und auch in diesem Job gibt es natürlich eine Art Konkurrenz, die aber, muss ich sagen, in meinem Fall nicht sehr ausgeprägt ist. Also, weder bin ich für die unbedingt ein Konkurrent, noch sie für mich. Warum ist das so? Wenn Sie irgendeinen Ex-Jugoslawen nach den fünf größten Balkanstars fragen – nur so als Beispiel –, dann werden Ihnen 99,9% genau jene Stars nennen, mit welchen ich zusammenarbeite. Also, ich habe schon immer mit ihnen zusammengearbeitet

und ich bin auch derjenige, der immer mit ihnen zusammenarbeitet. Es gibt dann auch noch andere Stars, die einer etwas niedrigeren Liga angehören, mit diesen arbeite ich aber nicht zusammen, da gibt es andere Leute, die sich damit beschäftigen. Das ist ja klar, jeder hat so sein Gebiet. Aber, wenn wir jetzt mal genauer schauen, die ganzen Hallen, Stadions usw., in welchen ich meine Konzerte organisiere, die werden von anderen Veranstaltern wirklich nicht genutzt, weil es eine große Herausforderung ist, weil sie eben nicht mit den ganz großen Stars arbeiten und diese Hallen daher nicht füllen können. […] Es ist wirklich wichtig, diese Masse an Menschen anzusprechen und das können eben nur die ganz großen Stars. Deshalb bin ich ganz ehrlich wenn ich sage, dass ich diese anderen Leute nicht als Konkurrenz erlebe, obwohl sie mich teilweise schon so sehen."

Im Fall der beiden Lokale, sieht es mit der Konkurrenzsituation aufgrund der räumlichen Entfernung zu ähnlich positionierten Lokalen, vergleichbar aus. Die Managerin des Lokals P. betont, dass sie generell ein Problem hat, die Konkurrenz überhaupt zu bestimmen und dass sie darauf abzielt, sich überhaupt von Balkanlokalen zu distanzieren: *„Um ehrlich zu sein, da ich mich auch unimäßig mit Organisation und Marketing etc. beschäftige, habe ich ein großes Problem zu bestimmen, wer eigentlich überhaupt unsere Konkurrenz ist. Der Grund ist der – gehe ich nach unserem Publikum, müsste ich mich nur mit Balkanlokalen vergleichen oder messen, gehe ich nach dem Interieur unseres Lokals, dann könnte ich mich mit Rochus oder Freiraum messen, die wiederum keine Balkanlokale sind. Nach dem Programm betrachtet, könnte ich Maršal hernehmen, ist auch wieder ein Balkanlokal oder auch hier im 10. gibt's ein Lokal, das ich hernehmen könnte, aber die Programme und die Musik, die wir bieten, sind dann doch nicht so weit vergleichbar, dass ich sagen könnte, das ist unmittelbar eine Konkurrenz. Von allen Balkanlokalen gibt's dann noch ein oder zwei in Wien, die mir so einfallen, die man irgendwie mit uns vergleichen könnte in einer Hinsicht, so dass man vielleicht von Konkurrenz reden könnte. Das ist halt das Problem, dass ich ehrlich gesagt nicht weiß, wenn ich als Konkurrenz bezeichnen könnte. […] Also, so richtig Konkurrenz im wahren Sinn des Wortes haben wir nicht, denn wenn ich mir die Lokale, die ich eben aufgezählt habe genauer anschaue, dann muss ich sagen, dass unsere Konzepte nur in manchen Punkten übereinstimmen, dass sie mehrheitlich aber doch so auseinanderklaffen, dass wir nicht unbedingt von wirklicher Konkurrenz sprechen können. Mein Ziel ist es irgendwo, mit Rochus zu konkurrieren, es soweit zu bringen, dass unser Lokal ständig bum-voll ist, gerade wegen unserem tollen Kaffe, weil der unsere Spezialität ist und wegen der guten Cocktails, die wir hier auch haben, wegen des geschulten Personals, da wir auch in das Personal viel investieren. Ich würde also in dieser Richtung von Konkurrenz sprechen, da distanzieren wir uns aber eben von Balkanlokalen."*

Die Managerin des zweiten Lokals erlebt nur in unmittelbarer Nähe angesiedelte Balkanlokale als wirkliche Konkurrenz, die im Fall des Lokals V. jedoch nicht gegeben ist: *„Konkurrenz in dem Sinne, kann ich in unserem Fall kaum beschreiben, weil für mich nur derjenige ein Konkurrent ist, der sich irgendwo in der Nähe befindet. Und im Fall von V. haben wir niemanden in der Nähe, so dass ich nicht von Konkurrenz sprechen kann. Ich kann also nicht sagen, dass irgendein Lokal auf der Ottakringer Straße, Konkurrenz für uns darstellt, weil dort ein ganz anderes Publikum ist und weil sich diese Lokale, am anderen Ende der Stadt befinden. Wir haben hier in der näheren Umgebung keine Konkurrenz, was für uns natürlich sehr positiv ist. Ein eventuelles Dilemma bei der Entscheidung des Publikums, wohin es an einem Abend hingehen soll, richtet sich nur nach dem Programmangebot der Lokale. Wenn in einem Lokal ein richtig großer Star einen Auftritt hat, dann können wir von Konkurrenz sprechen, ansonsten nicht. Alles hängt also von dem jeweiligen Angebot ab und das ist in den Clubs in den letzten Jahren sehr ähnlich. Keiner hat noch was total Neues erfunden, etwas was das Publikum nicht ohnehin schon gesehen hat. Denkbar wäre nur, dass ein Club einen richtig großen Star holt, den das Publikum schon länger nicht gesehen hat. Die Ceca zum Beispiel. Dann muss man schon damit rechnen, dass an dem Abend alle dorthin gehen werden.“*

Die bereits 1999 eröffnete Diskothek, war eines der ersten großen Balkanlokale in Wien. Die Befragte machte deutlich, dass sich die Konkurrenzsituation seit der Eröffnung, deutlich verändert hat: *„Na ja, wie das N. damals eröffnet wurde, war ja alles leer. Also, da war die Konkurrenzsituation eine ganz andere als heute. Da hat es diese ganzen Clubs nicht gegeben, da gab's nur Livemusik. […] Damals war Herr S. ja einer der ersten, der so ein riesen Betrieb eröffnet hat, also mit Schwerpunkt Balkanmusik. Das war dann auch wirklich recht gut. Jetzt mittlerweile, ist die Arbeit ein bisschen runtergegangen, weil es sehr viele Lokale gibt, kleinere, die können also mit dieser Kapazität von N. nicht mithalten, aber wenn dann so viele kleinere sind, dann… überhaupt das Verhalten bei den Kunden hat sich auch verändert, muss man dazu sagen. Und es ist zwar bissl abgesackt, die Arbeit, aber es ist noch immer…genug zu tun.“*

Im Zusammenhang mit dem Thema der Konkurrenz, ist bei den Balkanlokalen in Wien, ebenfalls die räumliche Nähe bzw. Entfernung zur Konkurrenz, ein wichtiger Faktor. Wie schon erwähnt, ist in Wien in einzelnen Bezirken eine starke Konzentration an Balkanlokalen mit ähnlichem Angebot beobachtbar, während sich andere Balkanlokale (wie zum Beispiel auch die hier befragten Lokale P. und V. sowie die Diskothek N.) räumlich gesehen, weit(er) weg von der „Konkurrenz“ angesiedelt haben. In diesem Zusammenhang

war daher auch die Frage nach der Bedeutung der räumlichen Nähe bzw. Entfernung zu anderen Balkanlokalen, eine sehr wichtige.
Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Befragten in der räumlichen Nähe zur Konkurrenz – die jedoch in ihren Fällen nicht gegeben ist –, sehr wohl Vor- als auch Nachteile sehen. Das Gleiche gilt jedoch auch, für die in ihrem Fall bestehende räumliche Entfernung, zu anderen Balkanlokalen. Als Vergleich wird vor allem die Ottakringer Straße hergenommen.

Die Sekretärin des Diskothekbetreibers ist der Meinung: *„Was ich an Vorteilen nennen kann, bei der Ottakringer Straße zum Beispiel, ist sicher, dass die Leute einfach, wenn's ihnen in einem Lokal nicht taugt, dann können sie mehrere Lokale in einer Nacht wechseln, als im Fall, wenn die Lokale weiter weg voneinander sind. Da muss man sich dann für eines entscheiden, weil bis man dann woanders hinkommt…also da muss man einen Weg zurücklegen. Wenn man mit dem Auto unterwegs ist, dann muss man schauen, ob man was getrunken hat, dann ist es blöd und mit den Öffentlichen kommt man nicht überall hin. Das ist sicher ein Vorteil. Ein Vorteil von N. ist, dass es bissl im Industriegelände ist und dass es da eigentlich allein ist und einen riesen Parkplatz hat. Was man bei der Ottakringer Straße nicht hat. Da ist alles bum voll, da ist es schwer mit dem Parkplatz. Und natürlich ist bei der Ottakringer Straße immer die Polizei da, es wird immer kontrolliert, was hier eigentlich, nicht der Fall ist."*

Die Managerin des Lokals P., betont ihrerseits vor allem negative Aspekte der räumlichen Konzentration derartiger Lokale: *„Im Fall der Ottakringer Straße, sehe ich konkret das Problem, dass…also ich würde nicht gerne in einem Balkanlokal auf der Ottakringer Straße arbeiten, wo eben alles irgendwie „jugo" ist, also lauter Balkanlokale. Der Grund ist ganz einfach die Integration, um es mal so zu sagen. Ich finde, dieses Verhalten ist etwas, das man von unten mit nach Wien nimmt und was ich hier wirklich versuche zu umgehen, gerade auch wegen der Integration. Wenn jemand ins P. kommt, dann wird er sicher nie sagen „lauter Proleten, nur Jugomusik". Ich sehe es gern, wenn wir Gäste unterschiedlicher Abstammung haben und nicht nur Leute anziehen, die mit gegelten Haaren und total solariumgebräunt herumlaufen. Wir haben einen Dresscode und setzen bei unseren Gästen auch bestimmtes Verhalten voraus und ich glaube eben, dass es das dort nicht gibt. Und worin der Nachteil besteht, wenn die Lokale Tür an Tür angesiedelt sind? Ich glaube, wenn man seinen Job gut macht, dann sollte das eigentlich überhaupt kein Hindernis oder Nachteil sein, sondern vielmehr ein Vorteil, weil man da am besten sehen kann, ob und um wie viel besser oder schlechter man ist, verglichen mit den anderen. Ich für meinen Teil, konnte eigentlich nie diese Arbeitsweise, Lokal neben Lokal und lauter gleiche Sachen, verstehen.*

Also, ich muss zugeben, ich gehe nie auf die Ottakringer Straße und ich habe keine Ahnung, wie gut überhaupt diese Lokale funktionieren. Meiner Meinung nach, ist dieser Teil von Wien auf kultureller Ebene vollkommen vernachlässigt, das was dort läuft und ständig eröffnet wird, das sind eben diese Lokale. Ich finde, dass es dadurch zur Entstehung einer Parallelgesellschaft kommt, es entsteht so was wie ein Ghetto."

Die Managerin des Lokals V., geht stark auf die Vorteile ein, die der Club aufgrund der Entfernung zu anderen Balkanlokalen hat: *„Unser Vorteil ist auf jeden Fall, dass wir die einzigen hier in der Umgebung sind und zwar einer größeren Umgebung. Da gibt's nichts Ähnliches in der Nähe. Unser Vorteil ist auch, dass wir uns nicht auf einer Hauptstraße befinden, so dass genug Parkplätze da sind, was für unsere Leute sehr wichtig ist. Die würden mit dem Auto am liebsten direkt ins Lokal reinfahren, wenn das ginge. Natürlich, je größer die Auswahl ist, desto… ich meine, ich selbst würde gut überlegen, wo ich reingehe, wenn ich einen Zielpunkt und einen Merkur nebeneinander habe. Das Gleiche gilt auch für die Gastronomie. Da kann ich schon sagen, dass wir unseren Gästen nicht die Möglichkeit bieten, bei uns was zu trinken und dann zum Nachbarn zu gehen, weil es diesen Nachbarn eben nicht gibt. Ich müsste mich also, nachdem ich was getrunken habe, ins Auto setzen und eine gute halbe Stunde fahren, um in ein anderes Lokal zu kommen und das macht kaum jemand. Wir haben auch einen weiteren Vorteil. Wenn wir konkret die Ottakringer Straße hernehmen, dort ist um 4 h Feierabend. Egal was für eine Veranstaltung es gibt, um 4 h ist jedenfalls Schluss. Viele der Leute kommen also von dort einfach zu uns. So gegen 3 h oder 3.30 h ist bei uns an der Tür der stärkste Andrang, weil andere Lokale um die Zeit langsam schließen. Die Leute wissen dann, dass wir länger offen haben und kommen hierher. […] Wir haben freitags so bis 5 h oder 5.30 h offen, samstags bis 6 h oder 6.30 h, je nachdem. Bei uns ist offen, solange Gäste da sind."*

Die Frage nach möglichen Gründen für die starke Konzentration der Balkanlokale auf der Ottakringer Straße, beantwortete die Managerin des Lokals V. folgendermaßen: *„Ich bezweifle, dass das am Anfang Absicht war, dass sich so viele nebeneinander angesiedelt haben. Ich meine, ich weiß es nicht, aber ich bezweifle es stark. Auf jeden Fall eröffnete man dort im Laufe der Zeit immer mehr kleine Lokale und ich glaube, das Ganze wurde einfach dadurch belebt, dass dort schon viele Leute leben und viele diese Lokale auch besuchen. Dann haben sich andere sicher gedacht, man könnte dort etwas Größeres eröffnen, wenn schon das Publikum da ist, so dass das Ganze einfach immer größere Dimensionen angenommen hat. Ich glaube, dass es jedoch viel zu viel ist mittlerweile. Ich meine, Lokal da Lokal daneben, Tür an Tür und das Angebot ist gleich, die Lokale unterscheiden sich lediglich durch ihre Größe und Kapazität. Ok, vielleicht hat der eine Betreiber mehr Geld als*

die anderen und kann eher die größeren Stars engagieren, vielleicht unterscheiden sich die Lokale auch vom Interieur her, aber im Endeffekt ist das Angebot das gleiche."

Die Frage nach Synergieeffekten bzw. einer eventuellen Zusammenarbeit der Lokalbetreiber auf der Ottakringer Straße, wird von drei Befragten verneint: *„Die arbeiten sicher gegeneinander und keiner miteinander, außer sie sind irgendwie familiär oder so verbunden, aber das ist mir jetzt nicht bekannt bei der Ottakringer Straße, dass da irgendwer zusammenarbeitet"* – so die Meinung der Sekretärin des Diskothekbetreibers.

Die Managerin des Lokals P. ist zwar der Meinung, dass zum Teil gleiche Lieferanten bestehen, dass aber keinerlei Zusammenarbeit gegeben ist: *„Um ehrlich zu sein, glaube ich, dass es reine Konkurrenz ist. Andererseits, haben sie sicherlich teilweise auch die gleichen Lieferanten. Wir haben zum Beispiel auch Lieferanten, die Diamond Club*[359] *beliefern oder Volksgarten etc. Dennoch glaube ich einfach, dass dort wirklich Konkurrenzsituation herrscht, außer es gibt dort irgendwelche familiären oder freundschaftlichen Verhältnisse, aber selbst dann… Natürlich gibt's die Möglichkeit von irgendwelchen Absprachen, dass man zu Beispiel den Umsatz teilt oder so, aber wir arbeiten nicht auf diese Weise, also weiß ich nicht…"*

Auch die Managerin des Lokals V., bezweifelt eine Zusammenarbeit der Lokalbetreiber: *„So, wie ich unsere Mentalität kenne, bezweifle ich das. Vielleicht gibt es ein paar wenige, die zusammenarbeiten, aber ausgehend von unserer Mentalität, kann ich mir das nicht vorstellen. Ich meine, ich weiß nicht genau, wer alles was dort betreibt, es sind aber alles Leute aus Ex-Jugoslawien, also gibt es dort sowohl Kroaten als auch Serben und Moslems und andere. Ich bezweifle einfach, dass sie miteinander arbeiten."*

8.3.8 Kriterien der Standortwahl und Kapazität der Lokale & Veranstaltungsorte

Auch die Frage nach den Kriterien der Standortwahl, ist im Rahmen dieser Arbeit, eine besonders wichtige. Es ist einerseits eine starke Konzentration an Balkanlokalen, wie z.B. auf der Balkanmeile, beobachtbar, andererseits gibt es viele scheinbar erfolgreiche Lokale, die sich nicht in unmittelbarer Nähe anderer Balkanclubs befinden. Damit drängt sich die Frage nach den Aspekten der Standortwahl quasi von selbst auf.
Grundsätzlich ist zu sagen, dass die hier befragten Lokale an Standorten angesiedelt sind, an welchen es keine Konkurrenzbetriebe in unmittelbarer Nähe gibt. Das Lokal P. befindet sich im 10. Bezirk, der Club V. im 20. Bezirk, während die Diskothek im 23. Bezirk angesiedelt ist. Da es im Fall des Konzert- und der Clubbing-Veranstalter keine festen

[359] Balkanclub auf der Ottakringer Straße, ehemals Club „Palazzo"; vgl. auch o.V. (Diamond, 2010), o.S.

Standorte gibt, wird auf die damit verbundenen Veranstaltungsorte etwas später eingegangen.
Hinsichtlich der Kapazität der hier betrachteten Lokale und Veranstaltungsorte kann festgehalten werden, dass diese zwischen 100 und ca. 5.000 Personen umfasst. Dabei ist zwischen den drei befragten Lokalen (zwei Clubs und eine Diskothek), die über feste Standorte verfügen und den beiden Veranstaltern zu unterscheiden, bei welchen sich der Veranstaltungsort nach dem jeweiligen Event richtet.

Die genannten Aspekte der Standortwahl bei den Lokalen (zwei Clubs und eine Diskothek), lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: gewollte räumliche Entfernung zur Konkurrenz, ausreichend Parkplatzangebot, Übernahme des Lokals von einem Familienmitglied bis hin zum reinen Zufall.

Konkret sagte die Sekretärin des Diskothekbetreibers zu der Standortwahl: *„Es ist sicher, weil es ein bisschen abgelegen ist, aber nicht zu sehr, weil es recht gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar ist. Und, wenn man auch die Musik beachtet, dann ist es kein Problem, weil da in der Nähe sind eigentlich überall nur Firmen und die haben am Wochenende nicht offen, so dass keiner im Weg ist. Und mit den Parkplätzen ist es eigentlich auch hervorragend, das man da ein riesen Parkplatz hat von 7.000 m².“*
Zur Kapazität der Diskothek ist zu sagen, dass hier bis zu 3.000 Menschen Platz haben.

Die Standortwahl im Fall des Lokals P., ergab sich aus der Tatsache, dass das Lokal zunächst dem Onkel des aktuellen Betreibers gehörte: *„Das Lokal hat Herr A. damals von seinem Onkel übernommen. […] Einen solchen Standort, um ehrlich zu sein, hätte man ohne diese familiäre Beziehung dahinter, glaube ich gar nicht gewählt. Man spürt schon die Auswirkungen der Standortwahl, vor allem bei schlechtem Wetter, im Sommer auch, weil die Leute da lieber irgendwo draußen sitzen wollen, wo man einen schönen Ausblick hat. Hier hat man rundherum nur Wohngebäude, da sieht man kaum den Himmel. Herr A. hat das Lokal hauptsächlich wegen dieser familiären Geschichte dahinter übernommen und wegen der Verbindung und Sympathie zum Lokal, konnte er sich davon nicht trennen bzw. nicht damit abfinden, dass es jemandem anderen gehören könnte, wenn es schon so lange in der Familie ist.“* Im Fall des Lokals P., kann von einem Fassungsvermögen von ca. 150 bis 200 Personen ausgegangen werden.

Die Standortwahl beim zweiten Lokal von Herrn A., ergab sich jedoch aufgrund eines Zufalls und folgte keinen bestimmten Kriterien: *„Das war einfach nur reiner Zufall. Das Lokal war frei zu der Zeit, als es damals zu der Trennung vom Onkel kam, es war in der Nähe, wir hatten*

da schon unser Lokal H., noch vor V. Es war also reiner Zufall. Keine Auswahl in dem Sinne, man hat sich wirklich innerhalb einer Woche für die Location entschieden. Die Wahl richtete sich also weder nach Kapazität noch nach sonstigen Kriterien." Das Fassungsvermögen des Clubs V. beträgt dabei bis zu 600 Personen.

Zwei Befragte sehen in der räumlichen Nähe zur eigenen ethnischen Gruppe einige Vorteile, obwohl sie nicht der Meinung sind, dass die Nähe ausschlaggebend für die Wahl eines bestimmen Lokals ist. Die Sekretärin des Diskothekbetreibers, sagte dazu: *„Ich glaube, die Leute kommen sowieso, egal wo man angesiedelt ist. Also, ich bin zum Beispiel gebürtig aus Tulln und es sind viele Leute, die kommen und die von weiter weg hergereist sind. Ich glaube, es spielt hauptsächlich eine Rolle, dass man sich da wo man hingeht, wohl fühlt, dann ist es auch nicht so ein Problem mit der Entfernung. Aber, sicher ist auch ein Vorteil, wenn man jetzt ein Lokal hat, das in der Nähe ist, das man da zum Beispiel sonntags oder so hingehen kann, weil's näher ist."*

Die Managerin des Lokals V. ist ähnlicher Meinung: *„Natürlich ist es von Vorteil, wenn man sich dort ansiedelt, wo sich viele unserer Leute auch aufhalten oder wo sie verkehren, aber ich denke trotzdem, dass es gerade bei Diskotheken nicht so eng ist, da ist es den Leuten eher egal, wo sie wohnen und wo die Disco ist. Natürlich ist es super, wenn sie gleich gegenüber ist, weil man dann nicht ins Auto steigen muss, ich hab keine Zusatzkosten und so, aber wenn es ums Weggehen geht, vor allem im Fall von Diskotheken und größeren Clubs, ist das glaube ich dann doch ziemlich egal. Da nimmt man auch größere Strecken auf sich. Das kennen wir ja alle."*

Im Fall der Clubbing-Organisatoren und des Konzertveranstalters, kommen je nach Projekt bzw. Veranstaltung, verschiedene Lokalitäten zum Einsatz, so dass sie zum Teil auch mit den Lokalbetreibern zusammenarbeiten.

Bei den Clubbing-Organisatoren, basierte die Wahl des Veranstaltungsortes für ihr erstes Clubbing, auf der Bekanntschaft mit dem jeweiligen Lokalbetreiber, wobei das Lokal selbst, jedoch kaum ihren Anforderungen entsprach.[360] Erst später wurden die Veranstaltungsorte nach eigenen Kriterien und Anforderungen der jeweiligen Veranstaltung gewählt: *„Wir haben ja mit Club V. begonnen, der - muss ich leider sagen – für uns doch ein Fehlschlag war, weil dort mehr als 500 Leute Platz haben und wir konnten das anfangs natürlich nicht füllen. Da muss ich dann schon sagen, dass wir in dem Fall nicht nach irgendwelchen Kriterien gewählt haben, sondern uns dafür einfach wegen den Vorteilen oder Begünstigungen die wir dort*

[360] Interessant dabei ist vor allem, dass die Clubbings bereits in beiden Clubs des hier ebenfalls befragten Lokalbetreibers A., (Lokal P. und Lokal V.) organisiert wurden.

hatten, entschieden haben. Club Azul ist ein Ort, der so eine gewisse Wärme versprüht und da fühlt man sich wie zu Hause. Als wir dort das erste Mal reingegangen sind, wussten wir, dass wir dort was machen würden. Wir kannten den Besitzer, also bekamen wir die Möglichkeit, auch dort etwas zu organisieren. Das Biero wiederum, ist ein Pub mit was weiß ich wie vielen verschiedenen Biersorten und günstigen Preisen. Ist auch ein sehr angenehmes, eher rustikales Lokal. Die restlichen Lokale haben wir dann eher nach der Größe bzw. Kapazität gewählt. Vor allem Roxy hat da die gewissen Kriterien erfüllt. Also, nicht zu groß und nicht zu klein, genau richtig für ein Clubbing, wo die DJs entsprechend arbeiten können und wo mindestens 200 und maximal 350 Leute reinpassen. Somit war Roxy für so ein Clubbing eigentlich das beste Lokal."

Sie betonten außerdem die Wichtigkeit des jeweiligen Lokalstandortes, da ihr Publikum zum Großteil aus Studenten besteht, die auf öffentliche Verkehrsmittel angewiesen sind, weshalb das Lokal sehr gut und einfach erreichbar sein sollte.

Da sich bei den Clubbing-Organisatoren der Veranstaltungsort nach dem jeweiligen Event richtet, beträgt die Kapazität ungefähr zwischen 100 und 500 Personen. Dabei wird vorwiegend auf kleinere Clubs und Lokale zurückgegriffen, wobei für die Veranstaltungen, nicht nur Balkanlokale herangezogen werden. Neben dem Club V. (Interview wurde im Rahmen dieser Arbeit mit der Managerin des Clubs geführt), wurden die Clubbings bisher unter anderem in Café „Azul“ im 1. Bezirk, weiters in „Roxy“, Club P. (ebenfalls hier befragt), sowie im „das Biero“ auf der Mariahilfer Straße organisiert.

Der Konzertveranstalter betonte bei der Frage nach den Kriterien der Standortwahl, vor allem die Wichtigkeit des Rufes und der Qualität des jeweiligen Veranstaltungsortes, wobei auch seitens der Betreiber, gewisse Kriterien zu erfüllen sind: *„Die Betreiber der Veranstaltungshallen sind in allererste Linie Menschen, die bestimmte Kriterien aufgestellt haben, die man zu erfüllen hat. Sie sind skeptisch, wenn es um unsere Leute und unsere Stars geht, das ist Tatsache. Aber ich sage Ihnen gleichzeitig etwas – sie alle sind fasziniert von vielen Stars vom Balkan, weil sie das bei meinen Konzerten miterlebt haben und nicht glauben können, dass so eine Masse an Menschen kommt, dass kein einziges Problem auftaucht und das Publikum von Anfang bis Ende mit dem Star mitsingt. […] Leider ist es so, dass uns – den Menschen vom Balkan - eine schlechte Reputation anhaftet. Aber, es ist ja teilweise so, dass es immer wieder Schießereien und Ähnliches gibt. Deshalb setze ich so viel auf Sicherheit, da muss alles passen. […] Ich bin sehr glücklich darüber, dass alle möglichen Institutionen in dieser Stadt, meine Arbeit kennen und wissen wie ich arbeite und wenn man mich erwähnt, dann kennt man mich auch und deshalb hatte ich auch nie irgendwelche Probleme. Wichtig sind aus meiner Sicht, auf jeden Fall das Image bzw. der Ruf und die Qualität eines Veranstaltungsortes. Die Lokalität selbst ist also sehr wichtig,*

allein der Name des Veranstaltungsortes sagt schon viel über die Qualität des jeweiligen Projektes aus. Denken Sie nur an eine Veranstaltung in einem Club oder einer Kneipe und im Gegensatz dazu in der Stadthalle.“
Unter den hier befragten Unternehmern ist der Konzertveranstalter derjenige, der die größten (nach der Publikumsgrößte beurteilt) Live-Veranstaltungen organisiert. Je nach Musiker bzw. Band beträgt die Publikumsgröße bei seinen Konzerten in Wien, bis zu 5.000 Personen und mehr. Beispielhaft nannte er das Konzert von *Bijelo Dugme* vor ein paar Jahren, das in der „Kurhalle Oberlaa“ stattfand und bei dem alle 5.000 Tickets verkauft wurden, während weitere 5.000 Personen noch rein wollten. Zusätzlich merkte er an, dass auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens oder in anderen Ländern der Diaspora das Publikum auf seinen Konzerten aus 50.000 bis 100.000 Menschen besteht und hier vor allem Stadions als Veranstaltungsorte interessant sind. Im Vergleich dazu ist die Publikumsgröße in Wien relativ klein. Generell gesehen, organisiert der Konzertveranstalter seine Events in fast allen großen Veranstaltungshallen quer durch Wien, so dass unter anderem die „Stadthalle“ (konkret z.B. eine der größten Hallen überhaupt - die Halle D), „Gasometer“, die „Pyramide“ Vösendorf oder die „Kurhalle Oberlaa“ als Veranstaltungsorte gewählt werden.

Die von der Autorin im Rahmen der theoretischen Ausführungen dargestellten Kriterien der Standortwahl, wurden hier teilweise bestätigt. Die Nähe zum Publikum - sprich zu den Kunden - und damit der eigenen ethnischen Gruppe -, wurde von zwei Befragten als grundsätzlich positiv beurteilt. In einem Fall wurde eine bestehende Lokalität vom Vorbesitzer übernommen – hier konkret von einem Familienmitglied (Onkel), was somit auch die Ausführungen im Theorieteil bestätigt. Generell ist zu sagen, dass die räumliche Entfernung zur Konkurrenz, von der Mehrheit der Befragten (in drei Fällen), als positiv beurteilt wird, dennoch kann nicht behauptet werden, dass dieses Kriterium bereits bei der Standortwahl, eine Rolle gespielt hätte.

8.3.9 Auswahl und Bekanntheitsgrad der Musiker

Zu den Akteuren, die im Rahmen der Veranstaltungen der hier befragten Unternehmer auftreten, zählen sowohl Musiker und Bands als auch DJs. Hinsichtlich des Bekanntheitsgrades der auftretenden Musiker, können die befragten Unternehmen in zwei Gruppen eingeteilt werden: Während in der einen Gruppe vor allem auf bekannte Musiker, die ein großes Publikum ansprechen, zurückgegriffen wird (im Fall des Konzertveranstalters, der zweifelsohne mit den größten Balkanstars zusammenarbeitet, außerdem bei Lokal V. und der Diskothek N.), konzentriert sich die zweite Gruppe, eher auf Nachwuchsmusiker, die vorwiegend in Wien leben und damit der Diaspora angehören (im Fall von Lokal P. und bei den Clubbing-Veranstaltern).

Die Clubbing-Veranstalter haben je Programm und Veranstaltungsabend mehrere DJs sowie Musiker im Einsatz: *„Auf unseren Veranstaltungen hatten wir sowohl Sänger als auch Bands und DJs. Am Anfang gab es eine Veranstaltung mit zwei DJs – auf den ersten beiden Partys -, danach hatten wir eine Livemusik-Veranstaltung in Azul… Da hatten wir über elektrische Geige bis hin zu, was weiß ich… also, da war schon alles Mögliche dabei. So ist es, wenn man Leute findet, die sich für etwas anderes interessieren, wie zum Beispiel das eine Mädchen, das perfekt Geige spielt, sie studiert das und stammt aus Bulgarien. Sie kann unsere Musik so unglaublich super auf der Geige wiedergeben, das ist einfach perfekt. […] Später haben wir zum Beispiel einen Djordje kennengelernt, er ist DJ und legt einfach super tolle Musik auf und zwar in Begleitung einer Trompete. Er ist Mazedonier. Das ist zum Beispiel eine Kombination aus House-Musik mit Trompete und Saxophon, also das ist wirklich was ganz Tolles. Wir haben zwei Standard-DJs, die im Grunde unsere Freunde sind und die von Anfang an da waren. Mit ihnen arbeiten wir bis heute zusammen. Die anderen Akteure, die bisher aufgetreten sind, waren entweder unsere Gäste oder Bekannte oder so ähnlich.“*
Zu der Auswahl der Sänger, sagten sie Folgendes: *„Was die Sänger betrifft, so hatten wir sowohl welche, die Profis sind, aber auch junge Künstler. Zum Beispiel Džamba ist jemand, der gerade dabei ist, die Akademie zu beenden und er beschäftigt sich damit professionell. Er ist – so kann man es sagen – der professionellste Künstler, den wir bisher engagiert hatten. Er spielt Akkordeon. Es war auch Salko Agović da, er ist meiner Meinung nach auch jemand, der sich mit Musik auskennt. Ich weiß jetzt nicht, ob er das wirklich studiert hat, aber er ist auf jeden Fall auch ein Profi. Dann gab es da noch Kifla und Jelena, die haben bei uns auch gesungen. Das sind Leute, die vor allem in unseren Lokalen quer durch Wien auftreten und spielen, also in Melon, Maršal, Birtija usw. Dann gibt's da noch Ogi, Vuksan Nemanja usw. Das ist so der Personenkreis der Musiker aus Wien. Es gibt an die zehn Musiker, die hier in Wien diese Sachen machen, so dass auch wir hauptsächlich mit ihnen zusammengearbeitet haben. Wir hatten aber auch andere Sänger.“*

Die Managerin des Lokals P. machte deutlich, dass in diesem Lokal weitgehend auf Volksmusik verzichtet wird und zunächst, vor allem auf befreundete Studenten zurückgegriffen wurde, die sich eher hobbymäßig mit Musik beschäftigen: *„Der Ausgangspunkt für uns ist mal der, dass wir hier keine Volksmusik bieten wollen. Deshalb ging es für mich bei der Musikerwahl nie in Richtung Keyboard, „pevaljka“*[361] *usw. Da geht's wie schon gesagt in Richtung der Studenten. Einige davon, kenne ich von der Uni, so habe ich auch unsere erste Party hier, mit zwei bekannten Studenten organisiert. Das hat sich als*

[361] Als „pevaljka“ werden vor allem junge bzw. unbekannte und lokal auftretende Sängerinnen bezeichnet. Die Musikdarbietung beschränkt sich meist auf bekannte Balkan-Volksmusik bzw. Turbo-Folk-Stücke. Die Damen sind dabei meist minimal bzw. äußerst aufreizend bekleidet und treten häufig in lokalen Kneipen auf. Siehe dazu auch die Ausführungen zu „kafana“-Sängerinnen im Kapitel 6.3.4.

äußerst erfolgreich erwiesen. Anfangs hatte ich, ehrlich gesagt, keine Erfahrung damit, also wusste ich auch nicht, an wen ich mich sonst wenden könnte. Letztendlich hat sich gezeigt, dass es genau die richtige Wahl war, und wir arbeiten heute noch zusammen. Wir haben eine Art mündlicher Vertrag miteinander, sie spielen bei uns jeden Freitag. Samstags haben wir einen DJ, den ich auch über einen Freund kennengelernt habe, der ist hier außerdem Stammgast und einer der besten DJs aus Sarajevo. […] Das allerwichtigste Kriterium ist für mich ein offener Umgang mit den Musikern, wir müssen beide die Möglichkeit haben, über alles Wichtige zu sprechen und ich muss ihm auch sagen können, was mir nicht gefällt. Das ist eigentlich das einzig wichtige Kriterium, es müssen Leute sein, die nicht nur wegen dem Geld da sind, sondern auch daran interessiert sind, ihre Arbeit gut zu machen, die für Verbesserungsvorschläge offen sind und mir als Betreiber helfen, einen gewissen Umsatz an dem Abend zu erzielen. Damit haben auch sie selbst die Möglichkeit, sich zu präsentieren und herauszuragen, so dass wir in Zukunft auch über größere Projekte sprechen können."
Im Fall dieses Lokals, wurde bisher ausschließlich auf junge Musiker zurückgegriffen, vor allem da derzeit noch auf dem Bekanntheitsgrad des Lokals selbst, gearbeitet wird: *„Bisher hatten wir hier keine bekannten Stars, wir haben vor allem ein technisches Problem, weil wir einen Nachbar haben, der oberhalb wohnt und weshalb wir gewissermaßen eingeschränkt sind vom Geräuschepegel her. Das ist eigentlich das größte Problem hier, weil wir regelmäßig Probleme mit ihm haben. Deshalb sind wir bisher auch nicht in die Richtung gegangen, bekannte Stars einzuladen, wo dann eine Masse an Menschen herstürmt… Das ist aber nicht ausgeschlossen. Momentan arbeiten wir noch an einer entsprechenden Entwicklung des Ladens, es ist noch immer ein kleines Baby, könnte man sagen. Uns gibt's noch nicht lange. […] Aber, ich kann mir gut vorstellen, dass wir dann auch bekannte Stars hierher einladen werden. Momentan arbeiten wir ausschließlich mit jungen Musikern, für die selbst auch wichtig ist, dass sie sich einem Publikum präsentieren und dass man von ihnen hört."*

Bei der befragten Diskothek, gibt es einen Manger, der sich um die Musikerauswahl und das Programm kümmert. Die Sekretärin des Diskothek-Betreibers, erzählte dazu: *„Um diese Sachen kümmert sich bei uns mein Mann. Es ist so, dass man seine Musiker hat, die immer wiederkehrend auftreten, also solche wo man weiß, da kommen sicher viele Leute, der ist beliebt. Oder man gibt auch immer einen rein, also Newcomer zum Beispiel, da probiert man es aus, wie es geht, ob es überhaupt geht. Aber Stars wie Ceca, Lepa Brena zum Beispiel, da weiß man schon, dass das recht gut geht. Und dann hat man da seine Kontakte. Also, da braucht man schon sehr viele Kontakte, ohne Kontakte geht da überhaupt nichts. Ja, er stellt dann ein Programm auf, mit Partys und Sängern usw. Er hat jetzt auch eine Schiene aufgebaut, dass freitags eher Roma-Musik gespielt wird, also mit Roma-Sängern und samstags eben „unsere" Sänger. So ungefähr ist es im Moment. Und es läuft recht gut."*

In der Diskothek treten somit sowohl Stars, als auch Newcomer auf: *„Wir haben sowohl die großen Balkan Stars, als auch Newcomer. Aber, es sind schon auch Newcomer, die bekannt sind und nicht vollkommen unbekannte, neue Sänger. Also, andere kleine Lokale können sich zum Beispiel nicht die großen Stars leisten. Aber da geht es sich aus, weil die Kapazität eben recht groß ist.“*

Im Fall des Lokals V., richtet sich die Auswahl eher nach vorhandenem Angebot und Nachfrage: *„Na ja, da gibt es ein gewisses Angebot seitens der Musiker und Sänger, die frei sind und die in der heutigen Zeit, um Arbeit schon quasi betteln. Dann hat man auch Kontakte zu Menschen, die ein enges oder gutes Verhältnis zu den Stars haben und dann wählt man aus dieser gesamten Liste das, was man als Betreiber als am besten bewertet, das womit man einen guten Job macht und das Lokal voll bekommt. Manchmal trifft man voll ins Schwarze, manchmal aber nicht. Das ist das Risiko, das man in der Gastronomie generell hat, weil man nicht allgemein sagen kann, was ein Volltreffer sein wird und was nicht. Das, was dieses Jahr ein Volltreffer ist, kann sich schon im nächsten Jahr als Flop erweisen. Natürlich wählen wir das, was wir für gut halten – man schaut da zum Beispiel darauf, wie oft der jeweilige Musiker schon in der Stadt war, ob das Publikum schon genug von einem bestimmten Star hat, vielleicht gibt es jemanden, der beliebt ist und noch nie in Wien war -, so dass man ein großes Publikum ansprechen könnte. Das sind so die Überlegungen. Wir orientieren uns hauptsächlich danach, mit wem auf der Bühne wir unser Lokal freitags voll bekommen. Diese Live-Auftritte von Musikern haben wir nur freitags. Wir verlangen keinen Eintritt, egal wen wir engagieren, damit besteht unser Verdienst aus den Einnahmen der verkauften Getränke. Wenn das Lokal voll ist, haben wir also entsprechend guten Umsatz gemacht. Das ist das Ziel also.“*

Die Managerin machte gleichzeitig deutlich, warum die bekannten Stars eher gefragt sind: *„Na ja, die älteren Stars, die schon lange im Geschäft sind, sind immer diejenigen, die mehr gefragt sind, das ist ja klar. Sie sind auch diejenigen, die höhere Gagen bekommen. Wenn man die neuen, jungen Musiker hernimmt, dann sind das bei uns aktuell die Sänger der „Zvezde Granda“.[362] […] Ich für meinen Teil verfolge diese Sachen nicht, aber vor allem unser Publikum, das sind junge Leute, die stehen drauf und für sie ist das sehr spannend und wenn man dann denjenigen engagiert, der dort gewonnen hat oder sonst jemanden, der teilgenommen hat, dann ist das ein großer Vorteil.“*

---

[362] „Zvezde Granda“ (Grand Sterne) ist eine serbische Castingshow, die auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens, sehr beliebt ist. Die Show gibt es seit 2004, inzwischen wurden schon mehrere Staffeln beendet. Die performten Titel gehören meist dem Turbo-Folk an. Die Sendung ist vom Konzept her, mit der britischen Show „Pop Idol“ oder den deutschen „DSDS“ bzw. „Popstars“ vergleichbar.

Der Konzertveranstalter ging im Rahmen des Gesprächs öfter darauf ein, mit welchen Stars er zusammenarbeitet. Dabei handelt es sich eindeutig um große Namen und die ganz großen Musikstars des Balkans. Er erzählte von seinen ersten Projekten in Österreich: *„Erste Projekte hier… Ich hab damals eine Fernsehsendung, eine Show gemacht, in der Models in verschiedenen Diskotheken eine Art Showtime-Programm aufgeführt haben, also verschiedene Gags und Spiele mit dem Publikum. Das war das erste, was ich hier gemacht habe. Gleich danach kamen dann Zdravko Čolić, Bebek, Alen Islamović, Hari Mata Hari, dann Merlin usw. Dann war Bajaga da, diverse Stars aus Kroatien wie Alka Vujica, Colonia, Dino Dvornik, Doris Dragović etc. Wir haben wirklich Stars dieser Größe, die es jedoch leider nicht geschafft haben, sich weltweit einen Namen zu machen, ich meine außerhalb unserer Bevölkerungsgruppe. Wenn es um Musik geht, dann zählt einfach nur die Qualität, das ist so."*

Hinsichtlich der DJ-Auftritte ist zu sagen, dass diese, außer im Fall des Konzertveranstalters, bei allen Befragten zum Einsatz kommen.
Im Lokal V. sind laufend insgesamt vier DJs im Einsatz, die sich in Zweiergruppen je Abend abwechseln: *„Wir haben eigentlich vier DJs, mit denen wir regelmäßig zusammenarbeiten. Pro Abend arbeiten je zwei von ihnen zusammen. Ich kann nicht sagen, dass einer von ihnen richtig fix ist, weil sie ja auch Auftritte in anderen Lokalen haben. Freitags arbeiten zwei von ihnen, samstags die anderen zwei. Regelmäßig kommt noch jemand anderer dazu, dann sind sie zu dritt. Wenn wir Sänger oder Musiker da haben, dann immer in Kombination mit den DJs. Die Live-Auftritte der Stars laufen nie den ganzen Abend, die haben meist zwei, drei Blocks von 15 bis 20 Minuten. Für den Rest sind die DJs zuständig."*

Auch im Lokal P. sind regelmäßig DJs im Einsatz: *„Samstags haben wir DJ-Auftritte, da liegt der Fokus auf House und Latino-Musik. Der DJ, der meistens bei uns auflegt, hat schon mehrmals auch im Volksgarten aufgelegt. Ein sehr guter DJ, der auch in Sarajevo sehr bekannt ist. Er ist unser Standard-DJ. Wir planen aber mehrere Pulte hinzustellen, so dass wir mit mehreren DJs gleichzeitig arbeiten können."*

Die Diskothek greift derzeit vor allem auf einen bekannten Belgrader DJ zurück: *"Wir haben frührer einen fest angestellten DJ gehabt, der ist dann weggegangen. Und jetzt haben wir einen, aus Belgrad kommt er immer, DJ A. […] Er ist quasi jedes Wochenende hier, also wann immer es bei ihm geht ist er unser Standard DJ und wenn er nicht kann, kommt eine Vertretung. Er ist auch bekannt, ein guter DJ, […] das ist der Grund, warum wir einen DJ von unten nehmen und nicht von hier."*

Live-Auftritte von Musikern (inkl. DJs) werden dabei laufend organisiert.

Im Lokal P. gibt es drei Mal die Woche Live-Auftritte: *„Dienstags haben wir immer Tamburica-Abend, freitags sind die Live-Auftritte von zwei Musik-Studenten, die wie gesagt meist dieselben sind, jeden zweiten oder dritten Freitag haben wir zusätzlich Gastauftritte oder Saxophon, Akkordeon, Trompete usw. Wir haben also regelmäßig verschiedene Gastauftritte und auch Promotions, die wir mindestens einmal im Monat organisieren. Das sind zum Beispiel Mojito Partys, Samba Tänzerinnen usw.“*

Auch in der Diskothek, gibt es jede Woche Live-Auftritte diverser Musiker. Im Lokal V. wird keine Statistik über die Live-Auftritte bekannter Stars geführt und diese Auftritte hängen von der Organisation und dem jeweiligen Angebot ab. Laufend finden dort jedoch DJ-Auftritte statt. Die Clubbing-Veranstaltungen werden grundsätzlich alle zwei Monate organisiert, es kommt jedoch auch vor, dass zwei Partys innerhalb eines Monats stattfinden. Grundsätzlich organisierte das Clubbing-Team innerhalb von einem Jahr, im Durchschnitt zehn bis elf Veranstaltungen.

Im Fall der großen Balkanstars, deren Konzerte in großen Veranstaltungshallen Wiens vom befragten Konzertveranstalter organisiert werden, finden die Auftritte je Musiker lediglich alle paar Jahre statt. Der Konzertveranstalter erklärte, warum dem so ist: *„Sie sollten mal Zeit mit mir verbringen, wenn ich an einem Projekt, drei, vier, fünf Monate an der Organisation und Umsetzung arbeite. Wenn Sie sich persönlich davon überzeugen würden, was alles dafür notwendig ist, wie viele Telefongespräche, schlaflose Nächte, unzählige Kontaktaufnahmen und Besprechungen, diverse Termine usw., dann würden Sie genau nachvollziehen, warum ich gesagt habe, dass es sich hierbei vor allem um einen sehr stressigen und verantwortungsvollen Job handelt. […] Es ist einfach so, dass man großem Stress und viel Arbeit ausgesetzt ist, viel Geld investieren muss, ohne dass man Geld zum Verschenken hätte. […] Man braucht also viel Zeit, um ein richtiges Konzert zu organisieren, es steckt viel Arbeit dahinter. Es ist aber auch ein tolles, erleichterndes Gefühl, wenn alles vorbei und super gelaufen ist und wenn man dann hunderte SMS und Nachrichten bekommt, wie super es doch war. Da ist man dann einfach nur zufrieden.“*

Das, was den befragten Konzertveranstalter von den anderen deutlich abhebt, ist die mehrmals erwähnte Zusammenarbeit mit den ganz großen Stars: *„Alle sagen – und das ist auch wahr –, dass ich der einzige bin, der auf diesem Niveau dieser Arbeit nachgeht. Ich bin wirklich der einzige, der mit den ganz großen Balkanstars arbeitet, der in der Diaspora, außerhalb unserer Grenzen alle großen Starauftritte organisiert, auf einem solch hohen, professionellen Niveau mit den besten Konzerthallen, Technik, Werbung und auch Sicherheit für das Publikum. Um ehrlich zu sein, haben wir nicht mal so viele Stars, die solch große Hallen füllen können. Außerdem, in dieser Stadt hat man einen Šaban Šaulić schon 170 Mal*

gesehen, eine Jana mindestens 900 Mal usw. [363] *Diese Musiker sind einfach schon viel zu overbooked, sie sind für das Publikum einfach nicht mehr so interessant. Ich hatte zum Beispiel am 11. Dezember letzten Jahres, ein Konzert von Zdravko Čolić in Wien und obwohl er ein solch großer Star ist, kann ich ihn nicht vor Ablauf von eineinhalb Jahren oder so, wieder nach Wien holen. Es muss einfach diese Zeit vergehen, und ob jetzt tatsächlich zwei oder sogar drei Jahre vergehen, ob er schon ein neues Album oder neue Single draußen hat und wann usw. Das muss ich halt alles berücksichtigen. Es ist einfach nicht möglich, dass man ihn jedes Wochenende da hat. Das sind einfach Stars, die einem vollkommen anderen Kaliber, einer anderen Klasse angehören. […] Während das bei diesen kleinen Stars, schon so ist, dass an einem Wochenende jemand von ihnen in einem Lokal singt, nächstes Wochenende schon wieder im Lokal gegenüber oder so. Das ist einfach ein ganz anderes Niveau, das kann man nicht mit meiner Arbeit und meinen Veranstaltungen vergleichen."*

8.3.10 Musikgenres und Interaktion zwischen Musikern und Publikum

Hinsichtlich der Musikgenres, kann insgesamt festgehalten werden, dass kaum ein befragtes Unternehmen lediglich auf ein Musikgenre konzentriert ist, obwohl bei einzelnen von ihnen, gewisse Tendenzen zu einem Genre durchaus gegeben sind. So wird in zwei Fällen deutlich hervorgehoben, dass Volksmusik angeboten wird, weil sich diese am besten verkauft und meist auch vom Publikum erwünscht ist. Selbst jene Unternehmer, die gänzlich auf Volksmusik verzichten, machten im Rahmen der Interviews deutlich, dass dieses Musikgenre quasi einen garantierten Erfolg mit sich bringt. Näheres dazu ist dem Kapitel sechs - Musikvielfalt vom Balkan - zu entnehmen.

Grundsätzlich ist bei den befragten Unternehmen jedoch, von neukomponierter Volksmusik und Turbo-Folk, über Jugo-Pop- und Rock-Musik bis hin zur Weltmusik inkl. Roma-Musik und sogar Hip-Hop, alles vertreten.

Die Interaktion wird von allen Befragten als ein wichtiges und stark präsentes Element der Veranstaltungen gesehen.

Die Managerin des Clubs V., der auf den ersten Blick vor allem als Volksmusik-Club erscheint, sagte: *„Die Musik bzw. das Programm wechselt im Laufe des Abends bzw. der Nacht. Das geht von House bis… Wenn es um Balkan-Volksmusik geht, da weiß man einfach, wann die passende Zeit dafür ist […]. Bei uns wird aber alles Mögliche gespielt, was die Musik betrifft. Also nicht nur Volksmusik. Live-Auftritte von Musikern, sind dann aber eher dem Volksmusik-Genre zuzuordnen, das ist einfach das, was das Publikum haben will."*

[363] Der mittlerweile 60-jährige Volksmusiksänger, nahm bereits im Alter von 18 Jahren seine erste Platte auf und blickt damit auf eine jahrelange Musikkarriere zurück. Innerhalb seines Musikgenres ist er sehr beliebt. Auch die erwähnte Sängerin Dragana Stanojević Todorović bekannt als Jana, die der neueren Generation der Volksmusik- bzw. Turbovolksängerinnen angehört, ist beliebt. Tatsächlich treten diese Sänger und viele andere immer wieder und häufig in kurzen Zeitabständen in Wien auf und zwar vorwiegend in Clubs und Diskotheken.

Auch im Lokal P. kommt unterschiedliche Musik zum Einsatz, wobei nicht nur Balkanmusik gespielt wird: „*Wenn es um die DJ-Auftritte geht, dann schließen diese sowohl Hip-Hop, R'n'B als auch Latino-Musik oder unsere Unterhaltungsmusik mit ein. Freitags gehen wir musikalisch in Richtung Pop, Rock, Unterhaltungsmusik und ab und zu auch etwas gehobenere Volksmusik. Dienstags sind hier wie gesagt immer Tamburicaa-Abende, da wird oft dalmatinische Musik gespielt. Wenn wir also Live-Auftritte von Musikern haben, dann ist es hauptsächlich Balkanmusik ohne Volksmusik und bei DJ-Auftritten ist es mehr ausländische Musik.“*

Ähnliches gilt für die Diskothek N.: *„Wenn man so ein großes Lokal hat wie das N., dann kann man das nicht so spezifizieren, wie zum Beispiel bei anderen Clubs. Die haben jetzt nur Volksmusik oder nur Hip-Hop oder so. Da geht das nicht, weil es sind sehr viele Leute, die hierher kommen und viele Geschmäcker, die abzudecken sind und da muss man das alles irgendwie unter einen Hut bringen und alles anbieten. Also, einmal auch Volksmusik, mal auch Hip-Hop, auch anderes. Aber es ist dann doch eher die Volksmusik hauptsächlich, weil das von der Zielgruppe her eben passt bzw. gefragt wird.“*

Im Fall der Clubbings ist nicht nur Balkanmusik von Bedeutung: *„Was die Genres angeht, also wenn es um Live-Auftritte von Sängern geht, da haben wir den Fokus vor allem auf Balkanmusik gelegt. Da muss man aber schon sagen, dass wir uns da schon von der Volksmusik distanzieren, es geht hauptsächlich in Richtung Balkan-Popmusik. Wenn es um DJ-Auftritte geht, dann kann man sagen, dass das Verhältnis zwischen Balkanmusik und ausländischer Musik so 50:50 ist. Wenn wir von Balkanmusik sprechen, dann muss man sagen, dass wir hier auch Shantel*[364] *mitzählen. Ich meine, er ist ein Deutscher, aber seine Musik hat immer diesen Balkanmusik-Touch. Das zählen wir auch zu unserer Musik. Also Trompeten und Akkordeon, so in die Richtung. […] Das ist es halt, was wir so im Großen und Ganzen unter Balkanmusik verstehen bei unseren Partys. Also, eher was zum Tanzen, aber zugleich ohne viel Text und Gesang.“*

Der Konzertveranstalter arbeitet ausschließlich mit großen und bekannten Balkanstars, die die großen Veranstaltungshallen füllen können. Wie schon mehrmals erwähnt, sind dies Stars wie *Dino Merlin*, *Zdravko Čolić*, *Bijelo Dugme* etc. Grundsätzlich kann man bei ihm also behaupten, dass er mit Stars arbeitet, die nicht dem Volksmusikgenre (inkl. neukomponierter Volksmusik und Turbo-Folk) zuzuordnen sind. Die Tatsache, dass heutzutage ein großes Publikum derartige Musik bevorzugt, sieht er als äußerst kritisch: *„Es gibt wirklich Fälle, wo man einen Musiker hernimmt, von dem die Leute sagen, der hat einen großen Hit. Ich höre mir das an und kann einfach nicht glauben, dass das Publikum so etwas überhaupt*

[364] Shantel ist mit seinen Hits wie „Disko Partizani“ auch außerhalb der Balkan-Community bekannt.

angenommen hat. Ich meine, da gibt's Texte wie „ginem, ginem da joj suknju skinem"[365] *oder was weiß ich und die Leute nehmen das wirklich so an. Ich sitze da mit Menschen, die Autoren, Komponisten, Textschreiber usw. sind, alles wahre Künstler, die Großes geschaffen haben. Und die sehen jetzt auf Youtube, dass irgendein Ekrem fünf Millionen Klicks hatte.*[366] *Und da denke ich mir auch, ich muss mir das anschauen, was das wohl sein mag, wenn es fünf Millionen Mal angeklickt wurde!? Und als ich das gesehen habe, ich meine, das ist kein Lied, das ist ein Mensch, der leider eine Art Fehlbildung hat und der so was wie singen tut, was eigentlich gar kein Singen ist, die Person macht eigentlich nichts anderes, als die restlichen Musiker auszulachen. Das ist einfach die Bestätigung, er lacht diejenigen aus, die sich heute bei uns für Stars halten und die Leute schauen sich das massenweise an. Er ist also kein Künstler, man kann seinen Gesang gar nicht als Gesang sehen. Das ist aber leider unsere Realität. […] Da fragt man sich wirklich, ob es tatsächlich möglich ist, das heutzutage solche Sachen passieren. Bisher war so etwas undenkbar."*

Auf die Frage nach der Interaktion zwischen den auftretenden Musikern und dem Publikum in Club V., sagte die Managerin: *„Kommunikation ist immer möglich und auch immer vorhanden. Wir haben hier zwar eine Bühne, aber die ist mitten im Lokal, also gar nicht vom Publikum getrennt oder sonst was, der Sänger ist dann vielleicht einen halben Meter weit weg vom Publikum. […] Weiters haben wir eine VIP-Loge, wo sich unsere Stars aufhalten, wenn sie da sind. Die ist auch für alle offen. Da gibt es also in dem Sinne kein Problem, dass auch die Gäste dazu kommen, um die Stars mal kennenzulernen usw. Natürlich steht immer jemand von der Security da, damit nichts passiert, aber eine Kommunikation ist eigentlich immer möglich. Es kommt auch vor, dass zum Beispiel gerade die Kandidaten der Zvezde Granda bei uns vorbeischauen, wenn sie irgendwo anders in der Stadt einen Auftritt gehabt haben. Es ist schon öfters vorgekommen, dass sie nach dem Auftritt einfach auf einen Drink hierher gekommen sind. Ihnen gefällt es hier, sie kennen uns alle und es ist einfach immer ein nettes Beisammensein, es ist also nicht nur rein geschäftlich."*

Grundsätzlich spielt Interaktion zwischen den Musikern und dem Publikum, bei allen Befragten eine wichtige Rolle. Interessant ist vor allem, dass sogar bei den großen Konzerten des befragten Konzertveranstalters, wo das Publikum aus bis zu 5.000 Menschen besteht, die Interaktion ein wesentliches und sehr wichtiges Element ist. *„Wie ich sagte, viele österreichische, bulgarische, rumänische, polnische usw. Gäste waren und sind immer wieder begeistert von diesem Verhältnis zwischen dem Star und dem Publikum auf meinen Konzerten. Es ist wirklich so, dass die Stars irgendeinen Song ankündigen und sich dann zur*

[365] „Ginem, ginem da joj suknju skinem" heißt so viel wie „Ich sterbe dafür, ihr den Rock auszuziehen".
[366] Gemeint ist der Song "Kuća, poso" (Haus, Arbeit) von Ekrem Jevrić, der auf Youtube mittlerweile über 9 Mio. Klicks hat.

Seite stellen können, das Publikum wird den Titel selbst zu Ende singen. […] Stellen Sie sich nur vor, Sie kommen auf die Bühne und alle schreien, applaudieren, singen mit Ihnen mit, machen unzählige Photos, Arme in die Luft usw. Ich habe das Glück, mit diesen großen Stars zu arbeiten und groß sind sie gerade deshalb, weil sie ihre Arbeit professionell erledigen, sie verhalten sich professionell gegenüber den Mitarbeitern und dem Publikum."

8.3.11 Finanzielle Aspekte der Live-Auftritte

Bei den finanziellen Aspekten geht es einerseits um Fragen der finanziellen Regelungen und Gagen vor allem bei den Nachwuchsmusikern und andererseits um die Ticketpreise sowie weitere Einnahmequellen, für die hier befragten Unternehmer. Hinsichtlich der Gagen soll vor allem dargestellt werden, ob die Nachwuchsmusiker tatsächlich – wie in den theoretischen Ausführungen beschrieben –, auch ohne Gagen auftreten, um sich zunächst mal ein Publikum zu erspielen. Insgesamt wurde bezüglich derartiger Gratisauftritte junger Musiker im Rahmen der Befragung festgestellt, dass mit einer Ausnahme (und selbst hier nur in Ausnahmefällen), bei keinem der befragten Unternehmer Live-Auftritte ohne Gagen üblich sind.

Im Hinblick auf die Eintrittspreise ist festzuhalten, dass deren Festlegung und Höhe in dieser Branche derzeit ein besonders wichtiges und häufig problematisches Thema zu sein scheint, da wie fast alle Befragten betonen, die Finanzkrise auch in dieser Branche stark zu spüren ist. So wurden die Ticketpreise in zwei Fällen, im Vergleich zu früher deutlich herabgesetzt, während beim Unternehmen von Herrn A. (also sowohl im Lokal P. als auch im Lokal V.) generell kein Eintritt verlangt wird, was jedoch von Anfang an so war und ausschließlich mit der Unternehmensphilosophie zu tun hat.

Die Managerin des Lokals P. sagte zu der Frage nach Gagen Folgendes: *„Bei uns werden alle Musiker bezahlt. Ich habe bisher auch niemanden kennengelernt, der vollkommen gratis auftreten würde, allein um sich einem Publikum zu präsentieren. Das hatten wir hier noch nie. Für mich ist es auch viel angenehmer, dass wir eine wirklich professionelle und geschäftliche Beziehung mit den Musikern pflegen und dass sie dafür was sie leisten, auch entlohnt werden. Ich möchte nicht, dass es Enttäuschungen gibt, wenn beispielsweise nicht das erhoffte Publikum erscheint und man dafür Gratisauftritte in Kauf genommen hat. So arbeiten wir nicht."*

Dabei ist anzumerken, dass im Lokal P. bisher ausschließlich Nachwuchsmusiker aufgetreten sind bzw. auftreten. Die Managerin dieses Lokals erzählte auch offen über die Höhe ihrer Gagen: *„Die Studenten sind da wirklich sehr entspannt. Man weiß mehr oder weniger in welchem Rahmen sich ihre Gagen bewegen, da gibt's ein bestimmtes Minimum,*

das man ihnen zahlen muss. Das ist schon länger so festgelegt, weil sie ja quer durch die Balkan-Lokale auftreten und sie verlangen bzw. bekommen diese Gage, so dass sie unter diesem Minimum auch nicht auftreten. Wir können da ganz offen reden, es ist kein Geheimnis. Jeder von ihnen bekommt pro Abend 100 Euro. Wir reden von Studenten, die das mehr oder weniger hobbymäßig betreiben. Sie sind alle untereinander verbunden, wir reden von ca. zehn Musikern insgesamt, die quer durch Wien in den Balkan-Lokalen spielen. Wenn einer von ihnen krank wird oder nicht kommen kann, dann kommt einfach ein anderer von der Gruppe. […] Da wir jeden Freitag diese Live-Auftritte von zwei Studenten haben, die eben jeden Freitag die gleichen sind, haben wir eine Festgage von 80 Euro pro Person und pro Abend festgelegt. Für die liegt der Vorteil darin, dass sie jeden Freitag quasi einen gesicherten Job haben und da haben wir einfach diesen Preis festgelegt, der etwas unter der normalen Gage liegt. Sie haben den Vorteil, dass sie immer da sind und nicht um Auftritte kämpfen müssen. Wenn jemand anderer auftritt, wenn wir also Gastauftritte organisieren, wie zum Beispiel Musiker aus Belgrad oder so, dann sind die Gagen natürlich höher. Die sind ja dann auch nicht regelmäßig bei uns. Die Ausgaben für Musiker halten sich bei uns bisher noch in Grenzen, es sind keine besonders hohen Beträge."

Die Managerin des Lokals V., schilderte die Situation folgendermaßen: *„Bei uns treten keine vollkommen unbekannten, lokalen Musiker auf. Das ist äußerst selten. Die Musiker, die bei uns auftreten, haben alle ihre Gagen, deren Höhe sich natürlich auch nach Vereinbarung richtet. Wenn die Nachfrage eher gering ist und sie zum Beispiel zwei Monate oder so keine Auftritte haben, dann gehen sie natürlich auch mit dem Preis runter. Es hängt also alles von der Vereinbarung ab. Sie haben halt ihre Festgagen, aber wenn man weiß, wie man mit ihnen richtig umgeht, dann lässt sich das variieren."*

Weder im Lokal P. noch im Lokal V. – die zum gleichen Unternehmen gehören -, wird vom Publikum Eintritt verlangt und zwar unabhängig vom Bekanntheitsgrad des auftretenden Künstlers. Die Managerin des Clubs V. erklärte das wie folgt: *„Das ist unsere Philosophie, dass wir keinen Eintritt verlangen und zwar unabhängig von dem Bekanntheitsgrad und der verlangten Gagen der auftretenden Musiker. Unser Verdienst besteht aus dem Getränkekonsum. Wir sehen das so: Wenn wir einen Star engagieren, dann bringt es erstens Einnahmen und zweitens ist das eine Art, unser Publikum zu belohnen. Wir hatten letztes Jahr Aca Lukas hier, er kommt heuer im Mai wieder und auch da verlangen wir keinen Eintritt. Das Einzige, was es gibt – manche sprechen von verstecktem Eintritt –, das ist die Garderobe, die wird bezahlt. Aber Eintrittspreise gibt es bei uns nicht."*

Unter den Befragten, waren die Clubbing-Veranstalter die einzigen, die Erfahrungen mit Gratisauftritten seitens der Musiker gemacht haben. Dennoch sind Gratisauftritte auch bei

ihren Veranstaltungen eine Ausnahme, die sich vor allem auf befreundete Musiker beschränkt. *„Unsere Erfahrungen sind die, dass Leute, die mit uns befreundet sind, wie zum Beispiel die zwei DJs und ein Sänger, mehrfach nur gegen ein symbolisches Entgelt oder sogar ohne Gage aufgetreten sind. Alle anderen, die aufgetreten sind, wurden ganz normal bezahlt. Das sind schon Leute, die das was sie machen gerne präsentieren wollen, die aber gleichzeitig etwas verdienen möchten. Dabei handelt es sich nicht um irgendwelche hohen Beträge, aber diese Musiker haben schon einen eigenen Preis, der einfach Standard ist und denn sie bekommen, wenn sie auftreten.“*

Bei der Organisation ihrer Veranstaltungen, greift das Clubbing-Team auf diverse Lokale zurück, so dass sich hier, auch die Frage nach finanziellen Regelungen mit den Lokalbetreibern, stellt. Dazu erzählten sie: *„Die Getränke werden immer seitens des Lokals zur Verfügung gestellt. Das ist also der Bereich, an dem die Lokalbetreiber verdienen. Wir haben einen Mindestbetrag, den wir erreichen müssen bzw. den unser Publikum an dem Abend ausgeben sollte für die Getränke. Wenn wir darunter bleiben, dann müssen wir für die Differenz selbst aufkommen.“*
Finden die Veranstaltungen in etwas größeren Clubs und Lokalen wie dem Club V. oder P. bzw. in Roxy statt, so gibt es einen Eintrittspreis. Bei den ganz kleinen Lokalen (z.B. Azul oder das Biero), in denen aufgrund der Größe kein Eintritt verlangt werden kann, ist für das Team ein Anteil an den Getränkeeinnahmen des Lokalbetreibers üblich.
Die Eintrittspreise haben im Fall dieser Veranstaltungen, einen eher symbolischen Charakter und bewegen sich zwischen drei und höchstens sechs Euro, wobei der übliche Eintrittspreis fünf Euro beträgt. Auch die Clubbing-Veranstalter betonten, dass sie aufgrund der Krise die Eintrittspreise etwas zurückschrauben mussten, so dass aktuell bei den Damen drei und bei den Herren vier Euro verlangt werden.
Das Clubbing-Team erklärte außerdem, warum es in seinem Fall eher schwierig ist, mit der Organisation der Clubbings wirklich Geld zu verdienen: *„Meistens ist es so, dass wir von den Einnahmen, nachdem wir die Musiker bezahlt haben, gerade unsere eigenen Ausgaben für Getränke an dem Abend decken können. Es kam auch schon vor, dass wir mal einen kleinen Gewinn hatten, aber meistens war es ein Nullsummenspiel. Wir haben gesehen, dass wir mit diesem Konzept nicht das große Geld machen können, deshalb ist es für uns wichtig, dass wir die Kosten decken können. Wenn wir dabei ein bisschen was verdienen, ist es gut, wenn nicht, dann ist es auch nicht so wichtig. Wichtig ist eben, dass wir nicht selbst für die Musiker und DJs aufkommen müssen. […] Unser Ziel sind also 200 bis 250 Leute, von denen - sagen wir mal 150 - Eintritt bezahlen, der Rest sind unsere engen Freunde. Und das Ziel ist, dass alle Spaß haben und den Abend genießen.“*

Im Fall der Diskothek sowie beim Konzertveranstalter, stellt sich die Frage nach Gratisauftritten nicht, da hier keine Nachwuchskünstler zum Einsatz kommen. Bezüglich der Eintrittspreise, gingen beide auf das Problem der Finanzkrise ein, die sich in der Branche stark bemerkbar macht und somit auch unmittelbar Auswirkungen auf die Höhe der Tickets hat.

Die Säkreterin des Diskothekbetreibers sagte dazu: *„Die Eintrittspreise haben wir früher höher gehabt als jetzt, jetzt sind wir mit dem Preis drastisch runter gegangen, weil es für die Leute einfach zu teuer ist. Über die Eintrittspreise entscheiden der Herr S. und mein Mann. eher kurzfristig. Es richtet sich natürlich nach dem jeweiligen Künstler und deren Gage. Aber, jetzt haben wir eigentlich die Schiene, dass wir bis 23 Uhr gratis Eintritt machen und ab 23 Uhr kassieren. Da bewegt sich der Eintritt dann bis zu zehn Euro im Durchschnitt. Drei ist gängig, fünf und zehn Euro."*

Der Konzertveranstalter erklärte bei der Frage nach den Ticketpreisen, dass die Festlegung dieser, für ihn ein relativ großes und komplexes Problem darstelle und dabei verschiedene Aspekte, zu berücksichtigen seien. So hänge die Höhe der Ticketpreise in seinem Fall erstens von den Kosten und Investitionen ab, die ein solches Großprojekt mit sich bringt und die sich nach dem Veranstaltungsort, der Musikergage usw. richten. Zweitens, würde die Kapazität und damit die höchst mögliche Publikumsgröße mitberücksichtigt, so dass man davon ausgehend, einen vorläufigen Pro-Kopf-Preis festlegen könne, der erstmals für die Deckung der Kosten ausreichend sei. Jede Erhöhung dieses vorläufigen Ticketpreises, sei dann quasi der Gewinn bzw. Verdienst. An dieser Stelle – so der Konzertveranstalter –, ergebe sich jedoch das Problem, dass außerdem die aktuelle Gesamtsituation zu berücksichtigen sei, was das eigentliche Problem darstelle.

Dazu sagte er konkret: *„Im Moment, heute, ist es schwierig, die Krise ist spürbar, die Menschen haben nicht mehr so viel Geld wie früher. Wenn man also die Ticketpreise zu hoch ansetzt, bringt man sich selbst in eine schwierige Situation und das Minus ist vorprogrammiert. Setzt man die Ticketpreise aber zu niedrig an, schadet man sich genauso. Selbst wenn eine Masse an Menschen kommt, hat man die Kosten nicht gedeckt und hat dadurch auch eine Kategorisierung für den auftretenden Star vorgenommen. Ich meine, stellen Sie sich vor, ich organisiere das Konzert von Zdravko Čolić und verlange, sagen wir mal fünf Euro und eine Seka Aleksić singt woanders und es werden 20 Euro pro Person kassiert.[367] Das darf ich mir nicht erlauben. Die Ticketpreise sind somit eines meiner Hauptprobleme, denn ich muss einerseits irgendwo die Realität widerspiegeln und berücksichtigen und muss andererseits, sowohl meinen Kriterien als auch jenen des*

---

[367] Seka Aleksić ist eine beliebte Turbo Folk Sängerin, die seit einigen Jahren bekannt ist. Vgl. Vasiljević (2011), o.S. Zdravko Čolić hingegen ist einer der Balkanstars schlechthin, der bereits in den 1970ern im damaligen Jugoslawien, seine Karriere begann. Seitdem hat er unzählige Alben aufgenommen und zählt zu den großen Stars des Balkan Pop. Vgl. o.V. (Čolić, 2011), o.S. Siehe dazu auch die Ausführungen im Kapitel 6.3.5 sowie 6.3.6.

Künstlers und des Publikums, gerecht werden. Das ist also eine wirklich spezielle Angelegenheit, wo ich viel überlegen und lange in mich gehen muss."

Auch der Konzertveranstalter, der zweifellos im Vergleich zu den anderen Befragten, die höchsten Investitionen im Rahmen seiner Live-Veranstaltungen tätigen muss, hat eine spezielle Preisstrategie. Spezialgruppen wie Studenten, Kinder oder Behinderte werden gesondert behandelt, so dass Kinder und Behinderte überhaupt keinen Eintritt zahlen, während es für Studenten Spezialpreise gibt.

Wichtig zu erwähnen ist auch die Tatsache, dass der Konzertveranstalter aufgrund der Größe und Kostspieligkeit seiner Veranstaltungen, häufig mit Sponsoren zusammenarbeitet, denn – wie er sagt –, *„große Konzerte kann man unmöglich ohne Sponsoren organisieren"*. Dabei zählten und zählen zu den Sponsoren seiner Konzerte Unternehmen wie „Western Union", „Bob" bzw. „A1", die „SPÖ" und viele andere. In diesem Zusammenhang sagte er: *„Solche Sponsoren bekommt man natürlich nur dann, wenn man etwas Großes auf einem entsprechenden Niveau organisiert. Stellen Sie sich mal vor, Sie kommen zu einem Sponsor und er fragt Sie, wo Sie denn Ihr Konzert organisieren und Sie sagen daraufhin, in einem Club. Also da wird man sicher nicht ernst genommen. Und nehmen wir jetzt Toyota oder Mercedes her, sie wissen zwar vielleicht nicht, wer Zdravko Čolić ist, aber sie wissen, der tritt in der Stadthalle auf und das ist eine Halle, deren Preis man kennt und von der man auch weiß, welche Art von Auftritten dort organisiert wird. Da ist klar, dass keiner so verrückt ist, irgendjemanden in einer Halle auftreten zu lassen, die 55.000 Euro kostet und die halb leer bleibt. Da reden wir schon von großen Summen, die im Spiel sind. Solch große Veranstaltungen sind also ohne Sponsoring undenkbar."*

8.3.12 Zielgruppe und Publikumstruktur

Insgesamt lässt sich festhalten, dass bei allen befragten Unternehmen im Hinblick auf das Publikum, Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien, die mit Abstand wichtigste Gruppe darstellen.

Die Clubbing-Veranstalter, beschreiben Ihre Zielgruppe wie folgt: *„Leute ohne Vorurteile, könnte man sagen. Also Menschen, denen wirklich egal ist ob wir jetzt zu 80% bosnische, serbische oder kroatische Musik spielen. Also Leute, die nicht ständig urteilen, die weder religiös noch national, noch sonst wie behaftet sind. Es sollen vor allem Leute sein, denen wichtig ist, Spaß zu haben und einen schönen Abend zu verbringen, an dem sie auch ganz normale Leute kennenlernen können."*

Das Publikum bei ihren Veranstaltungen, setzt sich dabei zu 90% aus Ex-Jugoslawen zusammen, obwohl häufig auch Menschen aus anderen Ländern, die ähnliche Musik haben

(zum Beispiel aus Bulgarien), vorbeikommen. Andere Bevölkerungsgruppen sind nur sporadisch vertreten, so dass ab und zu auch einzelne befreundete Österreicher vorbeischauen. Wie schon weiter oben beschrieben wurde, besteht das Publikum dabei vor allem aus Studenten.

Die Diskothek und der Club V., sprechen eine ähnliche Zielgruppe an und beschreiben diese, vor allem als junge Menschen bzw. Jugendliche ab 18 Jahren, wobei das Durchschnittsalter der Gäste in beiden Lokalen bei ca. 20 Jahren liegt.

Im Fall des Clubs V., ist der durchschnittliche Gast zwischen 20 und 22 Jahre alt und kommt aus Ex-Jugoslawien: *„Die Zielgruppe sind immer Jugendliche, allerdings nicht unter 18. Zielgruppe sind natürlich Verbraucher. Es kommt ja nicht nur darauf an, dass das Lokal voll ist, die Gäste müssen auch konsumieren. Wir stellen jetzt keine spezifischen Kriterien ans Publikum, wir versuchen jedenfalls, problematische Gruppen bzw. Einzelpersonen zu meiden. […] Wir nehmen uns das Recht, jene Gäste, die nichts konsumieren, eher zu meiden und sie gegebenenfalls zu verabschieden, weil wir ja keinen Eintritt verlangen. Deshalb ist ja der Konsum sozusagen Pflicht. Wenn's um die Kundenstruktur geht, na ja, unser Publikum sind ausschließlich Leute aus Ex-Jugoslawien, also zu 99%. Das Alter – na ja -, momentan ist gerade so eine Phase der neuen Generationen, also ist das Durchschnittsalter so zwischen 20 und 22. Auf jeden Fall junge Leute, die sowohl freitags als auch samstags ausgehen. Das ist so die Zielgruppe. Viele der Gäste sind Stammgäste, ab und zu kommen neue Leute dazu."*

Bei der Diskothek besteht das Publikum zu ca. 1/3 aus Stammkunden und zu ca. 2/3 aus wechselndem Publikum. Auch hier wurde hervorgehoben, dass die Gäste hauptsächlich aus Ex-Jugoslawien stammen, dass jedoch vor allem auch Bulgaren und andere Menschen, die aus ihrer Heimat an ähnliche Musik gewöhnt sind, obwohl in kleinerer Anzahl, durchaus ebenfalls Teil des Publikums sind.

Beim Lokal P. ist die Kundenstruktur etwas heterogener, so dass hier mehr oder weniger zwischen zwei Gruppen unterschieden werden muss: *„Seit dem ich hier bin, versuchen wir mehr junge Leute anzusprechen, Studenten, Geschäftsleute usw. Herr G., der Lokalmanager ist, spricht als ehemaliger Fussballspieler eher eine andere Gruppe an, Fussballspieler eben oder Leute, die hier in der Gegend arbeiten, also mehr die Arbeiterklasse. Ich finde das auch gut, weil Studenten niemals so gute Verbraucher sein können, wie diese Leute. Deshalb habe ich mir überlegt, dass es am besten ist, wenn wir das Lokal in diese zwei Schichten aufteilen, auch vom Zielpublikum her. Die erste Schicht soll und wird eher Leute ansprechen, die auf dem Weg zur Arbeit oder in der Pause, hier einen Kaffee trinken. Wir haben ja ab 6 h*

geöffnet. Und die Nachmittags- und Abendschicht soll dann mehr junge Leute, wie Studenten, ansprechen. Man kann sagen, dass wir hier also einen Zusammenprall dieser beiden Gruppen haben."
Dabei bestehen die Gäste vor allem aus Ex-Jugoslawen, die Stammgäste sind, obwohl ab und zu auch einzelne Österreicher, Slowaken oder Bulgaren vorbeischauen.

Der Konzertveranstalter sagte dazu, dass vor allem durch seine Auswahl der auftretenden Künstler, eine gewisse Selbstselektion seitens des Publikums vorgenommen wird: *„Jemand schaut sich Sinan Sakić, jemand anderer Zdravko Čolić, jemand wiederum Lepa Brena und jemand anderer Dino Merlin an. Je nachdem, um welchen Star es sich handelt, wird eine Selektion geschaffen. Ich muss sagen, dass auf meinen Konzerten mit Abstand die meisten kultivierten Menschen vom Balkan zusammentreffen, Menschen, die wahre Qualität erkennen und schätzen und die dann auch wirklich zum Konzert kommen. Es ist also schon die kultivierte Bevölkerungsschicht, wenn wir es so nennen können, Menschen die vor allem aus einer urbanen Gegend stammen, die auch wissen wer Ivo Andrić, Nikola Tesla, Pink Floyd usw. sind."*

8.4 Beantwortung der Forschungsfragen

An dieser Stelle werden aus den oben ausführlich dargestellten Kategorien, jene Informationen herausgegriffen und zusammenfassend dargestellt, die für die Beantwortung der Forschungsfragen relevant sind.
Die erste Forschungsfrage lautete: *„Welche Motive spielen für Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien, bei der Entscheidung zur selbständigen Tätigkeit im Bereich populärer Balkan-Livemusik, eine Rolle und welche Herausforderungen sind im Rahmen dieser Tätigkeit zu bewältigen?"*
Insgesamt ist zu sagen, dass für die hier befragten Unternehmer, diverse Gründe und Motive im Rahmen der Entscheidung zur selbständigen Tätigkeit im Sektor populärer Balkanmusik, ausschlaggebend waren, wobei bei den meisten von ihnen, mehrere Gründe gleichzeitig eine Rolle spielten. Die genannten Motive reichten von besonderer Leidenschaft für Musik und Spaß an dieser Arbeit, Unzufriedenheit mit dem Angebot an Balkanveranstaltungen in Wien, über gute Verdienstmöglichkeiten, bis hin zum Hineinwachsen in die Branche. Insbesondere einer der Befragten (der Konzertveranstalter) erklärte, dass Netzwerke und Beziehungen zu diversen Menschen aus der Branche – wie zu Musikern und Lokalbetreibern -, zu Beginn eine besonders wichtige Rolle gespielt haben. Aus seinen Aussagen kann abgeleitet werden, dass insbesondere das Kennen von Menschen aus der Branche, einer der wichtigsten Gründe für seinen beruflichen Start auf diesem Gebiet war. In seinem Fall ist auch anzumerken, dass er von seiner bisher 30-jährigen Karriere als Produzent, Manager

und Konzertorganisator, die ersten zehn Jahre auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens verbrachte und in dieser Zeit zu einem bekannten Manager und Produzenten für große Balkanstars wurde. Bei seiner Ankunft in Österreich, war er daher in dieser Branche bereits etabliert und hatte somit hierzulande keinen typischen Start in die Selbständigkeit, wie die anderen befragten Unternehmer. Der Konzertveranstalter war im Rahmen dieser Untersuchung damit der Einzige, der auch auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens in dieser Branche tätig war und die gesammelten Erfahrungen und das Know-how nach Österreich mitnehmen konnte.
Der Betreiber der beiden Lokale P. und V., machte bereits im Alter von 17 Jahren erste Erfahrungen in dieser Branche und zwar im Lokal seines Onkels, so dass er sich Jahre später in diesem Bereich selbständig machte, um seine Ideen und Vorstellungen, im eigenen Unternehmen/Lokal zu verwirklichen.
Der Wunsch nach Selbstverwirklichung, dürfte im Rahmen der Entscheidung, bei fast allen Befragten eine Rolle gespielt haben, wohingegen negative Erfahrungen am österreichischen Arbeitsmarkt, von keinem genannt wurden. Im Zusammenhang damit ist zu sagen, dass lediglich einer der befragten Unternehmer vor der Selbständigkeit, Erfahrungen im Rahmen eines unselbständigen Beschäftigungsverhältnisses in Österreich machen konnte. Der Wunsch nach Unabhängigkeit und Autonomie, sowie nach der Möglichkeit sein eigener Chef zu sein, wurde lediglich in einem Fall konkret angesprochen.
Im Rahmen der hier durchgeführten Interviews konnte die anfängliche Vermutung nicht bestätigt werden, dass einzelne Unternehmen aufgrund einer unzureichend gedeckten Nachfrage nach Balkanmusik in Wien, gegründet wurden, da hierzu keinerlei Hinweise geliefert wurden.
Ein womöglich angestrebtes positives Ansehen und Image innerhalb der Szene, kann lediglich im Fall des Konzertveranstalters, der immer wieder betonte, dass er ausschließlich mit den ganz großen Stars des Balkans zu tun habe, indirekt abgeleitet werden. Aus dem Gesprächsverlauf und seinen diversen Aussagen, lässt sich vermuten, dass dies für ihn eine durchaus wichtige Rolle spielt und er stolz darauf ist, mit diesen Stars zusammenzuarbeiten. Wie er auch mehrmals betonte bzw., wie von der Autorin selbst festgestellt, gibt es hierzulande keinen anderen Manager bzw. Produzenten für Balkanstars dieser Klasse.

Hinsichtlich der Hürden und Herausforderungen, die zu bewältigen waren und im Rahmen der Tätigkeit laufend zu bewältigen sind, wurde ebenfalls eine Reihe solcher Herausforderungen genannt. Dabei ist jedoch allen Befragten gemein, dass insbesondere zu Beginn ihrer Tätigkeit, keinerlei „typische“ Hürden – wie sie im Fall von Unternehmern mit Migrationshintergrund in der Literatur beschrieben werden – zu bewältigen waren. So wurden von keinem der befragten Unternehmer Hürden gesetzlicher, bürokratischer,

rechtlicher oder auch nur sprachlicher Natur genannt. Vielmehr hatten und haben die hier Befragten, eher mit branchen- bzw. jobspezifischen Herausforderungen im Rahmen der laufenden Tätigkeit zu kämpfen, die sich jedoch je nach Befragten, teilweise stark voneinander unterscheiden.
Die vom Konzertveranstalter genannten Herausforderungen, ergaben sich vor allem aus den großen Unterschieden einer selbständigen Tätigkeit auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens im Vergleich zu Österreich. Diese Herausforderungen können seiner Meinung nach, relativ einfach – und zwar durch das Befolgen der Regeln und Auflagen, die auf einen zukommen – bewältigt werden. Dabei sei vor allem wichtig, über ein gewisses Know-how, ausreichende Fähigkeiten sowie alle notwendigen Mittel und Ressourcen für eine Unternehmensgründung zu verfügen. Wie der Konzertveranstalter feststellte, waren diese Grundlagen in seinem Fall, zum Großteil bereits bei seiner Ankunft in Österreich gegeben, diese stellen seiner Meinung nach jedoch viele Migranten im Rahmen einer angestrebten Selbständigkeit, vor große Probleme. Aus seinen Aussagen lässt sich ableiten, dass aufgrund seiner Arbeit ausschließlich mit großen Balkanstars und dem Organisieren von Konzerten in den großen Veranstaltungshallen Wiens, eine Vielzahl an Herausforderungen bewältigt werden konnte. So war es ihm möglich, sich auch bei den österreichischen Geschäftspartnern, wie den Betreibern dieser Veranstaltungshallen und den inzwischen zahlreichen Sponsoring-Partnern, einen Namen und eine Reputation aufzubauen, so dass ihn heute viele kennen und wissen, dass er seiner Arbeit auf einem professionellen und qualitativ hochwertigen Niveau nachgeht.

Im Fall der Clubbing-Veranstalter, stellt vor allem der Kapitalmangel, laufend eine besondere Herausforderung und Hürde dar. Zwar benötigen sie, wie sie sagen keine großen Summen für die Organisation ihrer Veranstaltungen, da sie jedoch keinen wirklichen Gewinn damit machen, fehlt ihnen das entsprechende Kapital, um ihre Veranstaltungen zu bewerben und einem größeren Menschenkreis – der vor allem über die Grenzen der Freunde und Bekannten hinausgeht - bekannt zu machen. Sie sehen in Wien zwar ein ausreichend großes potenzielles Publikum für ihre speziellen Veranstaltungen, ihnen fehle es jedoch an finanziellen Mitteln, um dieses tatsächlich auch zu erreichen.

Im Fall des Lokalbetreibers A., können die genannten Herausforderungen folgendermaßen zusammengefasst werden:

- das richtige Entscheidungen-Treffen vor allem zu Beginn der Tätigkeit (konkret: Welche Art von Lokal zu eröffnen ist, was angeboten werden kann, um sich von der Konkurrenz abzuheben und erfolgreich zu sein, wie man ein großes Publikum ansprechen und erreichen kann etc.),

- sich selbst und den anderen beweisen, dass man mit gerade mal 36 Jahren der Verantwortung für ein großes, erfolgreiches Unternehmen gewachsen ist sowie
- der richtige Umgang mit und die Bewältigung der starken Konkurrenzsituation.

Wie die Managerin des Lokals P. erklärte, meisterte Herr A. diese Herausforderungen mit Bravur und konnte innerhalb von einigen Jahren, ein erfolgreiches Unternehmen, das derzeit insgesamt an die 40 Mitarbeiter beschäftigt, aufbauen. Sein Erfolg ist unter anderem auf den Betrieb von drei unterschiedlich positionierten Lokalen zurückzuführen, die ihrerseits auch vollkommen unterschiedliches Publikum ansprechen.

Da für viele Unternehmer mit Migrationshintergrund – zumindest laut Literatur – die Personal- und Kapitalbeschaffung mit weiteren Hürden und Hindernissen verbunden sind, wird auch auf die Ergebnisse der Befragung zu diesen Themen eingegangen, um die Forschungsfrage vollständig zu beantworten.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Kapitalbeschaffung zu Beginn der Selbständigkeit bei keinem der hier befragten Unternehmer eine Hürde darstellte. So war es in drei Fällen zu Beginn der Selbständigkeit gar nicht notwendig, ein großes Startkapital aufzubringen. Sowohl für den Konzertveranstalter als auch für die Clubbing-Betreiber, waren keine größeren Investitionen zu Beginn ihrer Selbständigkeit zu tätigen, vor allem da sie über keine eigenen Locations verfügen, sondern für die Organisation ihrer Veranstaltungen, auf Lokale diverser Betreiber zurückgreifen. Sogar der Konzertveranstalter, der heute große Summen für die Nutzung der Veranstaltungshallen im Rahmen seiner Konzerte investieren muss[368], startete ganz klein und organisierte zunächst „Konzerte“ in Clubs und kleinen Lokalen, so dass kein Startkapital notwendig war. Durch die guten Verdienstmöglichkeiten in der Branche, erwirtschaftete er im Laufe der Jahre ein Eigenkapital und konnte sich der Organisation großer Konzerte widmen. Außerdem erwähnte er im Zusammenhang mit seiner Arbeit, dass für derart kostspielige und große Projekte, Sponsoren unabdingbar sind.

Lediglich der Diskothek-Betreiber, musste zu Beginn seiner Selbständigkeit eine Summe in Höhe von neun Millionen Schilling aufbringen. Dabei hatte er einerseits Unterstützung seitens der Familie und hat andererseits, die Summe zum Teil durch einen Bankkredit aufbringen können. Wie seine Sekretärin im Rahmen des Interviews erzählte, gab es dabei keinerlei Probleme oder Hürden, da er damals gute Bankkontakte hatte und alle notwendigen Voraussetzungen für die Kreditaufnahme erfüllte.

Hinsichtlich der Personalbeschaffung, können im Rahmen dieser Arbeit, die theoretischen Ausführungen zum Großteil bestätigt werden. Zwar beschäftigen die befragten Unternehmer nicht ausschließlich Menschen aus der eigenen ethnischen Gruppe, doch haben sie zu

[368] Wie der Konzertveranstalter im Rahmen des Interviews erwähnte, sind dabei allein für die Veranstaltungshalle – wie im Fall der Stadthalle - pro Event, Investitionen von bis zu € 55.000,- zu tätigen.

Beginn der Selbständigkeit vor allem auf Bekannte bzw. Freunde oder Bekannte von Bekannten zurückgegriffen, die zumeist der ex-jugoslawischen Community angehören. Im Fall des Clubbetreibers, wurde ein Großteil des Personals aus einem früheren Beschäftigungsverhältnis quasi übernommen bzw. mitgenommen. Bei der Diskothek, die die Räumlichkeiten eines anderen Lokalbetreibers übernahm, wurde der Großteil des beim ehemaligen Betreiber angestellten Personals, gleich mit übernommen.

Die zweite Forschungsfrage bezieht sich auf die Musikwirtschaft (insbesondere den hier betrachteten Livemusik-Sektor) betreffenden Aspekte, weshalb zusätzlich zur obigen Forschungsfrage auch der folgenden Fragestellung nachgegangen wurde: *„Welche Aspekte sind im Rahmen der Standortwahl von Bedeutung und welche Besonderheiten der Balkanmusikszene in Wien bestehen darüber hinaus?“*

Im Rahmen dieser zweiten Frage sollte vor allem geklärt werden, nach welchen Kriterien die Standortwahl erfolgte. Darüber hinaus war in Erfahrung zu bringen, welche Musikgenres innerhalb der Balkanmusikszene in Wien populär sind, in welchem Ausmaß Nachwuchskünstler zum Einsatz kommen und wie die finanziellen Regelungen mit diesen Nachwuchsmusikern aussehen.

Die Frage nach den Kriterien der Standortwahl im Rahmen dieser Arbeit, ist eine besonders wichtige. Wie schon mehrmals angesprochen, ist einerseits eine starke Konzentration an Balkanlokalen wie z.B. auf der Balkanmeile beobachtbar, andererseits gibt es viele scheinbar erfolgreiche Lokale, die sich nicht in unmittelbarer Nähe anderer Balkanclubs befinden. Damit drängt sich die Frage nach den Aspekten der Standortwahl quasi von selbst auf.
Grundsätzlich ist zu sagen, dass die hier befragten Lokale an Standorten angesiedelt sind, an welchen es keine Konkurrenzbetriebe in unmittelbarer Nähe gibt. Das Lokal P. befindet sich im 10. Bezirk, der Club V. im 20. Bezirk, während die Diskothek im 23. Bezirk angesiedelt ist. Die Clubbing-Organisatoren und der Konzertveranstalter nutzen im Rahmen ihrer Events verschiedene Locations quer durch Wien, so dass unter anderem Lokale wie „das Biero“, „Roxy“ oder die beiden Lokale des befragten Clubbetreibers, vom Clubbing-Team herangezogen werden, während der Konzertveranstalter vor allem auf große Hallen, wie die Halle D der „Stadthalle“, die „Kurhalle Oberlaa“, „Pyramide“ Vösendorf oder auch die „Gasometer-Hallen“ zurückgreift.
Die genannten Aspekte der Standortwahl bei den Lokalen (zwei Clubs und eine Diskothek), sind sehr heterogen und lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: gewollte räumliche Entfernung zur Konkurrenz, ausreichend Parkplatzangebot, Übernahme des Lokals von einem Familienmitglied bis hin zum reinen Zufall.

Die Clubbing-Veranstalter hatten zu Beginn ihrer Tätigkeit, keine hohen Ansprüche an die Locations, so dass diese vor allem aufgrund der Bekanntschaft mit dem jeweiligen Lokalbetreiber, gewählt wurden. Später wurden Lokalitäten aufgrund der angenehmen Atmosphäre und vor allem der Kapazität bzw. des Fassungsvermögens, gewählt. Aufgrund der Tatsache, dass das Publikum der Clubbing-Betreiber vorwiegend aus Studenten besteht, die auf die öffentlichen Verkehrsmittel angewiesen sind, ist im Rahmen der Wahl des Veranstaltungsortes, auch der jeweilige Standort bzw. seine Erreichbarkeit, sehr wichtig.
Für den befragten Konzertveranstalter, sind der Ruf und die Qualität des Veranstaltungsortes, als die entscheidenden Auswahlkriterien zu sehen. Da auch die jeweiligen Betreiber bzw. Inhaber, Kriterien aufgestellt haben, die es zu erfüllen gilt, können an diesen Veranstaltungsorten nur jene Veranstalter Konzerte organisieren, die diese auch erfüllen. Daher sind schon der Name des Veranstaltungsortes und sein Image vielsagend, wenn es um die Bewertung der Qualität geht, wobei ausgehend vom Veranstaltungsort auch auf die Qualität des dort stattfindenden Projektes, geschlossen werden kann.

Hinsichtlich der Kapazität, der hier betrachteten Lokale und Veranstaltungsorte – von welcher auch auf die jeweilige Publikumsgröße zu schließen ist -, kann festgehalten werden, dass diese zwischen 100 und ca. 5.000 Personen liegt. Dabei ist zwischen den drei befragten Lokalen (zwei Clubs und eine Diskothek), die über feste Standorte verfügen und den beiden Veranstaltern zu unterscheiden, bei welchen sich der Veranstaltungsort nach dem jeweiligen Event richtet. Unter den befragten Unternehmern ist der Konzertveranstalter derjenige, der die größten (nach der Publikumsgrößte beurteilt) Live-Veranstaltungen organisiert. Je nach Musiker bzw. Band, beträgt die Publikumsgröße bei seinen Konzerten in Wien bis zu 5.000 Personen und mehr. Generell gesehen, organisiert der Konzertveranstalter – wie weiter oben beschrieben - seine Events in fast allen großen Veranstaltungshallen Wiens.

Im Rahmen der Frage nach den Besonderheiten des Live-Sektors populärer Balkanmusik in Wien, ist weiter wichtig festzuhalten, welche Musikgenres tatsächlich vertreten sind. Dabei wurde im Rahmen der Interviews festgestellt, dass viele verschiedene Musikgenres eine Rolle spielen. Insgesamt ist zu sagen, dass kaum ein befragtes Unternehmen lediglich auf ein Musikgenre konzentriert ist, obwohl bei einzelnen von ihnen, gewisse Tendenzen zu einem Genre durchaus gegeben sind. So wird in zwei Fällen deutlich hervorgehoben, dass Volksmusik angeboten wird, weil sich diese am besten verkauft und meist auch vom Publikum erwünscht ist. Selbst jene Unternehmer, die gänzlich auf Volksmusik verzichten, machten im Rahmen der Interviews deutlich, dass dieses Musikgenre quasi einen garantierten Erfolg mit sich bringt. Grundsätzlich ist bei den befragten Unternehmen jedoch

von neukomponierter Volksmusik und Turbo-Folk, über Jugo-Pop- und Rock-Musik bis hin zur Weltmusik inkl. Roma-Musik und sogar Hip-Hop alles vertreten, wobei natürlich nicht alle Musikgenres im gleichen Maße zum Einsatz kommen.
In zwei der befragten Unternehmen sind neukomponierte Volksmusik und Turbo-Folk am stärksten vertreten, so dass sich Live-Auftritte von Musikern (exklusive DJ-Auftritte) in diesen Lokalen, auf diese beiden Genres beschränken. Die restlichen drei Befragten betonten im Rahmen der Gespräche, dass sie sich eindeutig von diesen Musikgenres (neukomponierte Volksmusik und Turbo-Folk) abgrenzen (wollen). In diesen Fällen wird vor allem auf Jugo-Pop- und Rock-Musik (als Unterhaltungsmusik zusammenfassbar), aber auch auf Weltmusik, Roma-Musik, dalmatinische Musik (Tamburica) und zum Teil auch Balkan Brass zurückgegriffen. Dabei ist zu sagen, dass in allen befragten Unternehmen, nicht nur Balkanmusik, sondern auch (ausländische) Hip-Hop, R'n'B oder Latino-Musik, vertreten sind. Diese Genres kommen vor allem bei den DJ-Auftritten zum Einsatz. Somit kann die anfängliche Annahme der Autorin, die Balkan-Lokale Wiens würden sich einerseits auf Pop- und Rock-Musik (sprich Unterhaltungsmusik) und andererseits auf Volksmusik (NKNM und Turbo-Folk) konzentrieren, durchaus bestätigt werden. Dennoch wurde festgestellt, dass obwohl diese Musikgenres in den befragten Lokalen überwiegen, zusätzlich dazu auch andere Genres wie Hip-Hop oder ausländische Musik, zum Einsatz kommen.

Zu den Akteuren, die im Rahmen der Veranstaltungen der hier befragten Unternehmer auftreten, zählen sowohl Musiker und Bands als auch DJs. Hinsichtlich des Bekanntheitsgrades der auftretenden Musiker, können die befragten Unternehmen in zwei Gruppen eingeteilt werden: Während in der einen Gruppe vor allem auf bekannte Musiker, die ein großes Publikum ansprechen, zurückgegriffen wird (im Fall des Konzertveranstalters, der zweifelsohne mit den größten Balkanstars zusammenarbeitet, außerdem bei Lokal V. und der Diskothek N.), konzentriert sich die zweite Gruppe, fast ausschließlich auf Nachwuchsmusiker, die vorwiegend in Wien leben und damit der Diaspora angehören (im Fall von Lokal P. und bei den Clubbing-Veranstaltern). Hinsichtlich der DJ-Auftritte ist zu sagen, dass diese außer im Fall des Konzertveranstalters, bei allen Befragten im Rahmen der Veranstaltungen eine wichtige Rolle spielen.

Im Zusammenhang mit den Nachwuchsmusikern, stellt sich auch die Frage nach den finanziellen Aspekten - sprich Gagen. Dabei war das Ziel herauszufinden, ob die Nachwuchsmusiker tatsächlich – wie in den theoretischen Ausführungen beschrieben –, auch ohne Gagen auftreten, um sich zunächst ein Publikum zu erspielen. Im Rahmen der hier durchgeführten Befragung, konnte dies nicht bestätigt werden, da insgesamt festgestellt wurde, dass mit einer Ausnahme (und selbst hier nur vereinzelt), bei keinem der befragten Unternehmer, Live-Auftritte ohne Gagen üblich sind. So haben sowohl Nachwuchsmusiker

und Hobbymusiker als auch professionelle, bekannte Stars ihre Gagen. Obwohl die Nachwuchs- und Hobbymusiker keine besonders hohen Gagen bekommen, sind diese bei jedem ihrer Auftritte vorgesehen und auch üblich. Im Zusammenhang mit den hier befragten Unternehmen wurde außerdem festgestellt, dass in Wien insgesamt ungefähr zehn Nachwuchsmusiker, die sich auf Balkan-Pop- und Rock-Musik (sprich Unterhaltungsmusik) konzentrieren, in quasi allen nicht-volksmusik-orientierten Balkanlokalen auftreten und daher eine bestimmte Gage haben, die sich im Laufe der Zeit herauskristallisiert hat und verlangt wird.

Eine weitere Besonderheit im Rahmen der Live-Veranstaltungen populärer Balkanmusik, scheint die besonders starke Interaktion zwischen dem Publikum und den auftretenden Künstlern zu sein. So betonen die Befragten, dass die Interaktion stets gegeben ist und sich unter anderem durch (häufig durchgehendes) Mitsingen, Klatschen, Schreien aber auch direkten Kontakt mit den Musikern hinter der Bühne oder im VIP-Bereich äußert.

9. Schlussfolgerungen und Resümee

Dieses abschließende Kapitel, widmet sich den Schlussfolgerungen, wobei auf die wichtigsten Ergebnisse der empirischen Untersuchung, noch mal eingegangen wird, indem sie vor dem Hintergrund der Theorie, diskutiert werden. Darüber hinaus werden Herausforderungen und Einschränkungen, denen sich die Autorin dieser Diplomarbeit gegenüber sah, angesprochen und schlussendlich ein Ausblick hinsichtlich weiterer, möglicher Forschungsarbeiten, auf diesem Themengebiet gegeben.

9.1 Zusammenfassende Betrachtung der Forschungsfragen anhand der Theorie und Empirie

An dieser Stelle, werden die Ergebnisse der hier durchgeführten Befragung, noch mal kurz skizziert bzw. zusammengefasst. Dabei sollen vor allem die aufgeworfenen Forschungsfragen, vor dem Hintergrund der Theorie und Empirie, noch mal diskutiert und anschließend, zusammenfassend beantwortet werden.

Wie bereits festgehalten wurde, sollte im Rahmen der ersten Forschungsfrage geklärt werden, *welche Motive für ethnische Unternehmer, bei der Entscheidung zur selbständigen Tätigkeit, eine Rolle spielen und auch welche Herausforderungen dabei, zu bewältigen sind.* Die erste Forschungsfrage, stützte sich somit auf die detailliert dargestellten, theoretischen Ausführungen zur ethnischen Ökonomie. Der Fokus lag dabei insbesondere auf dem Interaktionsmodell, welches mehrere Elemente und Faktoren zur Erklärung ethnischer Ökonomien berücksichtigt. Grundsätzlich geht das Interaktionsmodell davon aus, dass die Selbständigkeit von Migranten als eine Folge davon zu sehen ist, dass erstens bestimmte Opportunitäten (sprich vorteilhafte Bedingungen) in der Aufnahmegesellschaft gegeben sind und dass zweitens, die Migranten jeweils erforderliche Ressourcen einbringen können, um sich der Opportunitäten, überhaupt bedienen zu können. Im Rahmen der Opportunitätsstrukturen wird konkret auf Marktbedingungen und Zugangsmöglichkeiten zur Selbständigkeit, eingegangen. Die Theorie geht also davon aus, dass – im Sinne der Marktbedingungen – die Nachfrage nach den Gütern, die ethnische Unternehmer anbieten, typischerweise innerhalb der eigenen ethnischen Community bestehen würde. Auch seien die ethnischen Unternehmer bestens geeignet, die eigene Community entsprechend zu bedienen, da sie mit den Präferenzen und dem Geschmack ihrer Landsleute, am besten vertraut seien. Das Angebot der ethnischen Unternehmer, bestünde dabei häufig aus kulturellen Produkten. Gleichzeitig wird dabei diskutiert, dass sich diese Unternehmer, irgendwann auch an der einheimischen Bevölkerung des Aufnahmelandes orientieren müssten, um nicht an ihre Wachstumsgrenzen zu stoßen. Eine Möglichkeit dazu, würde sich

durch das Anbieten exotischer Produkte bieten, die aus dem Herkunftsland der Zuwanderer, stammen und auch bei der Aufnahmegesellschaft, Anklang finden.
Die Zugangsmöglichkeiten zur selbständigen Tätigkeit – so das Interaktionsmodell -, würden einerseits im Vorliegen günstiger Marktbedingungen und andererseits in den gesetzlichen Regelungen, die dabei zu beachten sind, liegen. Dabei ist also fraglich, wie einfach oder schwer es für die migrantischen Unternehmer tatsächlich ist, ein Unternehmen zu gründen.

Im Hinblick auf die Ressourcen, die ethnische Unternehmer einbringen müssen, spricht die Theorie davon, dass vorrangig die Eigenschaften der ethnischen Gruppen, eine wichtige Rolle spielen würden. Dabei seien als Faktoren, vor allem die Struktur der Zuwanderergruppen und die Mobilisierung von Ressourcen, entscheidend. Insgesamt wird hierbei, einerseits auf mögliche Motive für die Selbständigkeit der Migranten und andererseits auf die Hindernisse, die sie auf ihrem Weg zu bewältigen haben, eingegangen. Gerade diese zwei Faktoren, waren im Rahmen der hier aufgeworfenen Forschungsfrage, von Relevanz. Das Interaktionsmodell geht von einer ganzen Reihe an Hindernissen aus, denen Migranten im Allgemeinen auf dem Arbeitsmarkt der Aufnahmegesellschaft, begegnen und aus welchen sich, in weiterer Folge, häufig der Wunsch nach Selbständigkeit, entwickelt. Die Theorie geht dabei von Hindernissen wie unzureichenden Sprachkenntnissen, ungeeigneten Qualifikationen, die einen Mangel an Beschäftigungsmöglichkeiten bedeuten und der Diskriminierung, aus. Zu den allgemeinen Hindernissen, die grundsätzlich jeder Unternehmer zu bewältigen hat, wie rechtliche und bürokratische Hürden, das Problem der Kapitalbeschaffung, der Suche nach geeignetem Personal und nach Geschäftspartnern sowie die Kundengewinnung, würden sich die ethnischen Unternehmer, weiteren Hindernissen gegenüber sehen. Dabei wird eine ganze Reihe an möglichen Hürden angesprochen. Diese gehen von Problemen der Informationsbeschaffung, der Kapitalbeschaffung, über mangelnde Qualifikationen und Fähigkeiten der migrantischen Unternehmer, Problemen der Personalbeschaffung, bis hin zu Problemen im Rahmen der Kunden- und Lieferantenbeziehungen sowie Problemen aufgrund des harten Wettbewerbs. Kritischer Faktor für den Erfolg eines ethnischen Unternehmens, sei vorrangig die Mobilisierung von Ressourcen, sprich vom kulturellen, sozialen und ökonomischen Kapital. Besonders Beziehungen zu einzelnen Mitgliedern der eigenen ethnischen Community (zu Verwandten und anderen Landsleuten) sowie die Stärke derartiger Beziehungen, seien dabei äußerst wichtig, weil sie häufig den Zugang zu den genannten Ressourcen, bedeuten würden. Dabei geht es um die Beschaffung des Startkapitals, genauso wie um die des Personals, aber auch um den Aufbau geschäftlicher Beziehungen, die häufig innerhalb der eigenen Community zu suchen sind.

Das Bedürfnis nach Unabhängigkeit und Autonomie, sind im Rahmen dieses Modells, die am häufigsten genannten Motive für die Selbständigkeit von Migranten. Auch wird davon ausgegangen, dass die vergleichsweise besseren Verdienstmöglichkeiten im Rahmen einer selbständigen Tätigkeit, gepaart jedoch mit besonders hoher Leistungsbereitschaft, die quasi einer Selbstaufopferung gleich käme, als Motiv gesehen werden können.

Zieht man nun die konkreten Ergebnisse, der im Zusammenhang mit dieser Arbeit durchgeführten empirischen Befragung heran, so ist festzuhalten, dass insbesondere die Gründe und Motive für die Selbständigkeit der ethnischen Unternehmer, vielfältig sind und über die in der Theorie genannten, hinausgehen. Die Motive, der hier befragten ethnischen Unternehmer, reichen von besonderer Leidenschaft für die Branche und Spaß an der damit verbundenen Arbeit, der Unzufriedenheit mit dem bisherigen Angebot innerhalb der Branche, über gute Verdienstmöglichkeiten, bis hin zu einem Hineinwachsen in die Branche. Darüber hinaus wurden auch der Wunsch nach Selbstverwirklichung, sowie nach Unabhängigkeit und Autonomie, als Motive für die Selbständigkeit, genannt. Zumindest in einem Fall, lässt sich auch ein gewisses Ansehen und Image innerhalb der Szene, als Zusatzmotiv, interpretieren. Generell ist zu sagen, dass bei allen befragten Unternehmern, mehrere Motive und Gründe, für die Entscheidung bedeutend waren.
Was die Hindernisse bzw. Hürden anbelangt, können die theoretischen Ausführungen, lediglich zum Teil bestätigt werden. Gewisse theoretische Annahmen hingegen, sind zu verwerfen. Insbesondere müssen die „typischen" Hürden, von denen im Rahmen des Interaktionsmodells gesprochen wird, für die Phase der Unternehmensgründung und des Tätigkeitsbeginns, zum Großteil verneint werden. Weder gesetzliche, bürokratische, noch rechtliche oder sprachliche Hürden, von welchen die Theorie ausgeht, wurden dabei genannt. Nichtsdestotrotz können die theoretisch beschriebenen Hindernisse, zumindest teilweise als bestätigt angesehen werden, wenn auch unter gewissen Modifikationen.
Die hier befragten Unternehmer, haben zum Großteil kaum Startkapital für die Aufnahme ihrer Selbständigkeit benötigt, was auf gewisse Spezifikationen zurückzuführen ist. Mangels eigener Lokalitäten, für die man beispielsweise eine Kaution, Ablöse bzw. Miete aufbringen müsste, war es für zwei der befragten Unternehmer möglich, ihre Arbeit ohne Startkapital aufzunehmen. In einem anderen Fall, konnte man auf die eigenen Ersparnisse, die man im Rahmen einer vorhergehenden Beschäftigung im Familienbetrieb erwirtschaftete, zurückgreifen und für die eigene Selbständigkeit nutzen. Dies entspricht auch den theoretischen Annahmen, die davon ausgehen, dass die meisten Unternehmer – unabhängig von einem ethnischen Hintergrund – auf eigene Ersparnisse oder die Hilfe der Familie, zurückgreifen. Dennoch muss die theoretische Annahme, die Migranten hätten außerhalb der eigenen Community kaum Chancen, an Geldmittel zu kommen, verworfen werden. So

musste konkret einer der befragten Unternehmer, eine hohe Geldsumme von mehreren Millionen Schilling aufbringen, um seine Selbständigkeit überhaupt erst aufnehmen zu können. Dabei nutzte er einerseits die finanzielle Hilfe seitens der Familie und andererseits, die Aufnahme eines Bankkredits bei einem österreichischen Geldinstitut, was mit keinerlei Schwierigkeiten verbunden war. Auch wurde in keinem Fall auf eine Möglichkeit, innerhalb der eigenen ethnischen Community an Geldmittel zu kommen, hingewiesen.
Zum Thema der Personalbeschaffung ist zu sagen, dass die Unternehmer zum Großteil tatsächlich auf ihre Landsleute setzen, was hier jedoch hauptsächlich aufgrund des speziellen Warenangebots (Balkanmusik), das sich zum Großteil an die eigene ethnische Bevölkerungsgruppe richtet, quasi eine Notwendigkeit darstellt. Es kann dabei jedoch keineswegs von schlechter bzw. keinerlei Bezahlung der Arbeitskräfte gesprochen werden, wie es im Rahmen der Theorie, vielfach geschildert wird. Auch lange Arbeitszeiten, die einer Selbstaufopferung nahekommen, wurden in keinem Fall genannt. Vielmehr wurde mehrfach von einer guten bzw. überdurchschnittlichen Bezahlung der eigenen Mitarbeiter gesprochen, deren Arbeit man zu schätzen weiß. Ein hohes Maß an Verantwortung und eher unflexiblen Arbeitszeiten, wurde lediglich insofern geschildert, als dass man dies als selbständiger Unternehmer, unabhängig von seiner Herkunft, immer in Kauf nehmen müsste. Dies wäre quasi der Preis, den man für seine Selbständigkeit, zahlen müsste, was jedoch in keiner Verbindung mit dem ethnischen Hintergrund der Unternehmer, stünde.
Auch im Hinblick auf die theoretisch geschilderten Problemfelder der Kunden- und Lieferantenbeziehungen, sowie des harten Wettbewerbs oder gar politischer Attacken, wurden im Rahmen der empirischen Ergebnisse keinerlei spezielle Hürden bzw. Hindernisse angesprochen, die in irgendeinem Zusammenhang mit dem ethnischen Hintergrund der Unternehmer stehen würden.

Die erste Forschungsfrage: *„Welche Motive spielen für Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien, bei der Entscheidung zur selbständigen Tätigkeit im Bereich populärer Balkan-Livemusik, eine Rolle und welche Herausforderungen sind im Rahmen dieser Tätigkeit zu bewältigen?“,* kann somit zusammenfassend, folgendermaßen beantwortet werden:
Für die Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien, die im Bereich populärer Balkan-Livemusik in Wien selbständig tätig sind, sind vorrangig folgende Motive bzw. Gründe, für den Weg in die Selbständigkeit, von Bedeutung:

- Besondere Leidenschaft für Musik, verbunden mit Spaß an hoch professioneller Arbeit mit bekannten Balkanstars,
- Unzufriedenheit mit dem bestehenden Angebot an Balkan-Livemusik-Veranstaltungen in Wien, die ein einseitiges und damit verzerrtes Bild von der Musikszene Balkans bieten,

- Gute Verdienstmöglichkeiten,
- Hineinwachsen in die Branche aufgrund einer vorhergehenden Tätigkeit in einem Familienbetrieb,
- Wunsch nach Selbstverwirklichung,
- Wunsch nach Unabhängigkeit und Autonomie sowie
- gewisses Ansehen und Image, das man innerhalb der Szene und der eigenen Community genießt.

Für diese Unternehmer sind bzw. waren grundsätzlich die folgenden Herausforderungen zu bewältigen, wobei anzumerken ist, dass sich diese im Rahmen der laufenden Geschäftstätigkeit ergeben haben und nur teilweise, als „typisch" für ethnische Unternehmer, zu sehen sind. Es handelt sich vorrangig um branchen- bzw. jobspezifische Herausforderungen, wie:

- Entscheidungsfindung vor Aufnahme der Selbständigkeit (Lokalart, Angebot etc.),
- Große Verantwortung als Inhaber eines erfolgreichen Unternehmens,
- Richtiger Umgang und die Bewältigung der starken Konkurrenzsituation.

Darüber hinaus wurden auch folgende spezifische Herausforderungen genannt:

- Große Unterschiede im Rahmen der Selbständigkeit auf dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens im Vergleich zu Österreich,
- Kapitalmangel bzw. unzureichender Gewinn im Rahmen der laufenden Geschäftstätigkeit, der es unmöglich macht, die eigene Arbeit entsprechend marketingtechnisch zu untermauern und zu bewerben.

Auffallend ist dabei, dass keinerlei „typische" Hürden (z.B. bürokratische, rechtliche, sprachliche Hindernisse oder Diskriminierung), wie sie in der Theorie geschildert werden, zu meistern sind/waren. Auch Probleme mit einer Kreditaufnahme außerhalb der ex-jugoslawischen Community (bei einem österreichischen Kreditinstitut etwa) können verneint werden.

Nicht zu vernachlässigen ist die – ebenso in der Theorie vorzufindende – Kritik im Zusammenhang mit dem Interaktionsmodell, das versucht, die Selbständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund zu erklären. Diese erscheint zum Großteil als plausibel. Besonders die indirekte Unterstellung, dass ethnische Unternehmen lediglich in den Bereich der Kleinunternehmen fallen würden, ist zu kritisieren. Zwar handelte es sich bei den, im Rahmen dieser Arbeit befragten Unternehmen, um Kleinst- bzw. Kleinunternehmen, dennoch ist zu sagen, dass eines davon ca. 40 Mitarbeiter beschäftigt (und somit bereits an der Grenze zu einem mittleren Unternehmen liegt), während ein weiteres ein fest angestelltes Team von ca. 10 Personen hat, im Rahmen der Großveranstaltungen pro Abend jedoch, bis

zu 100 Mitarbeiter engagiert. Zu beachten ist jedenfalls die Tatsache, dass in anderen Branchen (wie z.B. der Bauwirtschaft), ethnische Unternehmer in Wien bzw. Österreich erfolgreich tätig sind, die eher dem Bereich der mittleren Unternehmen, zuzuordnen sind.
Zu kritisieren ist am Interaktionsansatz besonders auch, dass nicht auf Unterschiede zwischen ethnischen und anderen Unternehmen, eingegangen wird. Darüber hinaus geht das Modell nicht darauf ein, ob die ethnischen Kleinunternehmen jemals untergehen oder expandieren. Insgesamt neigt das Modell dazu, sich auf kleine Familienunternehmen zu beschränken, die von der Nachbarschaft besucht werden. Es wird daher ein beschränktes Bild der Realität geboten, das diese nur unzureichend abdeckt.

Die zweite aufgeworfene Forschungsfrage, bezieht sich auf den Bereich der Musikwirtschaft und lautete: *„Welche Aspekte sind im Rahmen der Standortwahl von Bedeutung und welche Besonderheiten der Balkanmusikszene in Wien bestehen darüber hinaus?“*
Konkret sollte im Rahmen dieser Frage in Erfahrung gebracht werden, nach welchen Kriterien die Standortwahl erfolgt(e), welche Musikgenres innerhalb der Balkanmusikszene Wiens populär sind, welche Rolle Nachwuchskünstler im Livemusik-Bereich spielen und wie die finanziellen Regelungen mit diesen, aussehen. Außerdem sollten, darüber hinaus gehende Spezifikationen des Balkan-Livemusik-Bereichs, festgehalten werden.
Bevor diese Forschungsfrage beantwortet wird, soll an dieser Stelle zunächst noch mal auf die relevanten, theoretischen Ausführungen, hingewiesen werden. Dabei sind vor allem die „theoretischen“ Aspekte der Standortwahl wichtig. Wie im Kapitel 5.4 näher ausgeführt, sind im Zusammenhang mit der hier betrachteten Branche, einerseits konventionelle Standortfaktoren (Kunden-Lieferantenbeziehungen/Unternehmensumfeld und die wirtschaftsbezogene Infrastruktur), andererseits eventuell für den Balkan-Livemusik-Sektor spezifische Faktoren, von Bedeutung. Die hier vorgestellte Theorie, die sich auf Studien stützt, geht bei den konventionellen Faktoren davon aus, dass es eine Besonderheit der Musikwirtschaftsbranche sei, dass die Nähe zu Unternehmen gleicher Branche, überwiegend als Vorteil empfunden würde. Neben der Nähe zu Unternehmen der gleichen Branche, spiele hierbei auch die Nähe zu Kunden, Lieferanten und Anbietern von Dienstleistungen (wie Banken oder Kundendiensten), eine Rolle. So würden besonders Konzertveranstalter und Künstleragenturen, die Kundennähe und die Nähe zu anderen Musikbetrieben, schätzen.
Die wirtschaftsbezogene Infrastruktur, die unter anderem Verkehrsmöglichkeiten und das Angebot an Büroflächen etc. umfasst, würde im Rahmen der konventionellen Standrotfaktoren ebenso eine Rolle spielen, so die ursprüngliche Annahme der Autorin.
Mangels entsprechender Literatur, stellte die Autorin außerdem eine Liste von möglichen, spezifischen Aspekten der Standortwahl zusammen, die im Zusammenhang mit den

Unternehmen des Balkan-Livemusik-Bereichs, von Bedeutung sein könnten. Diese umfasste die folgenden Standortfaktoren:

- Übernahme einer bestehenden Location vom Vorbesitzer,
- Bewusste räumliche Entfernung von der Konkurrenz,
- Finanzielle Aspekte der jeweiligen Location,
- Räumliche Nähe zur eigenen ethnischen Gruppe und
- Negative bzw. positive Erfahrungen mit Standorten außerhalb der typischen „Migrantenbezirke".

Was die konventionellen Standortfaktoren anbelangt, so kam die hier durchgeführte Befragung hinsichtlich der Kunden-Lieferantenbeziehungen und des Unternehmensumfeldes zum Ergebnis, dass die Nähe zu Kunden bzw. Menschen der eigenen Community, grundsätzlich als positiv eingeschätzt wird. Dennoch war man überwiegend der Meinung, dass diese nicht ausschlaggebend für die Wahl eines bestimmten Lokals sei, weil die Menschen durchaus bereit wären, längere Strecken auf sich zu nehmen, um einen guten Club bzw. Diskothek oder generell Veranstaltung, zu besuchen. Eine räumliche Nähe zu anderen Anbietern, wurde hingegen keinesfalls als positiv beurteilt. Obwohl die hier befragten Unternehmer, die über eigene Lokale und damit feste Standorte verfügen, alle an Standorten angesiedelt sind, an welchen es in unmittelbarer Nähe, keine Konkurrenzbetriebe gibt, waren sie überwiegend der Meinung, dass ebendiese räumliche Entfernung zur Konkurrenz, zahlreiche Vorteile bietet und auch gewollt war.
Hinsichtlich der wirtschaftsbezogenen Infrastruktur, wurde vor allem eine gute Erreichbarkeit bzw. Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel, als wichtig genannt.

Betrachtet man die, von der Autorin im Vorfeld verfasste Liste spezifischer Standortfaktoren, kann insgesamt festgehalten werden, dass tatsächlich mehrere davon, eine Rolle zu spielen, scheinen. So wurde die Übernahme einer bestehenden Lokalität von einem Familienmitglied ebenso genannt, wie die bewusste räumliche Entfernung zur Konkurrenz. Darüber hinaus wurde die räumliche Nähe zur eigenen ethnischen Gruppe, überwiegend als positiv beurteilt. Dennoch spielten nicht all diese Faktoren, bereits bei der Entscheidung für den jeweiligen Standort, eine Rolle, obwohl sie heute, als überwiegend positiv erlebt werden und für die betroffenen Unternehmen, Vorteile zu bieten scheinen.

Die Frage nach den Besonderheiten des Balkan-Livemusik-Sektors in Wien, bezog sich, wie schon erwähnt, vorwiegend auf die populären Musikgenres innerhalb der Balkanmusikszene Wiens, die Rolle der Nachwuchskünstler im Livemusik-Bereich und die finanziellen Regelungen mit diesen Musikern. Außerdem erscheint in diesem Zusammenhang auch

wichtig, wo in Wien, außerhalb der einschlägigen Balkan-Clubszene, Balkanveranstaltungen stattfinden und wie es mit der Publikumsgröße aussieht. Ebenso interessant ist die Frage nach der Interaktion zwischen den Musikern und ihrem Publikum.
Im Rahmen der Interviews wurde festgestellt, dass innerhalb der Balkanmusik-Szene in Wien, verschiedene Musikgenres eine Rolle spielen. Obwohl es auf den ersten Blick scheint, als wären die Lokale einerseits rein auf Rock- und Pop-Musik und andererseits auf die Volksmusik (Turbo-Folk und neukomponierte Volksmusik) spezialisiert, muss festgehalten werden, dass die meisten vorwiegend auf eine Mischung verschiedener Genres, setzen. Nichtsdestotrotz distanzieren sich einzelne Lokale bewusst, insbesondere vom Turbo-Folk bzw. neukomponierter Volksmusik, während andere diese beiden äußerst populären Genres nutzen, um ein großes Publikum anzusprechen. Wie mehrmals angesprochen wurde, bringt die Balkan-Volksmusik, quasi einen garantierten Erfolg mit sich. Insgesamt ist zu sagen, dass bei den befragten Unternehmen von neukomponierter Volksmusik und dem Turbo-Folk, über Jugo-Pop- und Rock-Musik, bis hin zur Weltmusik inkl. Roma-Musik und Hip-Hop, alles vertreten ist. Auch ausländische R'n'B oder Latino-Musik, spielen eine Rolle. Natürlich ist dabei je Lokal eine bestimmte Tendenz zu einem der Genres gegeben, so dass bei manchen davon, gerne von „Volksmusik-Clubs" gesprochen wir, während andere dafür bekannt sind, diesem Musikgenre, weitgehend aus dem Weg zu gehen.

Wie bereits im Rahmen der Theorie zu Livemusik-Veranstaltungen festgehalten wurde, sind grundsätzlich vor allem in Clubs, sowohl Live-Auftritte, als auch DJ-Auftritte, von Bedeutung. Dies kann auch im Fall der hier befragten Unternehmen, bestätigt werden.
Die Frage nach der Bedeutung junger Nachwuchskünstler in den Balkan-Lokalen Wiens, kann folgendermaßen beantwortet werden: Ein Teil der Unternehmen greift vorwiegend auf bekannte und beliebte Balkanstars zurück, während sich der andere, fast ausschließlich auf Nachwuchsmusiker konzentriert. Interessant sind hierbei die Besonderheiten der finanziellen Regelungen mit den Nachwuchsmusikern, da bekannte Stars, ohnehin ihre Gagen haben und sich die Frage nach Gratisauftritten, bei ihnen erst gar nicht stellt.
Die Theorie beschreibt dazu, dass besonders kleine und mittelgroße Clubs und ähnliche Lokale, für die Förderung der Nachwuchsmusiker, eine wichtige Rolle spielen. Dabei würden diese, jungen und eher unbekannten Musiker bzw. Bands, häufig die Möglichkeit bieten, sich in der jeweiligen Stadt ein Publikum zu erspielen, wobei Auftritte ohne Gagen keine Seltenheit darstellen würden. Verbreitet seien auch andere finanzielle Regelungen, wie die Beteiligung an den Einnahmen, die von der Besucheranzahl abhängig sei, sowie eine Finanzierung nach dem „pay-to-play"-Prinzip, bei dem die Musiker, den Betreibern quasi die Grundkosten vorschießen müssen und ab einer bestimmten Besucheranzahl, die Einnahmen zwischen den beiden, geteilt würden.

Die Ergebnisse der Befragung ex-jugoslawischer Unternehmer in Wien, sehen zum Großteil ganz anders aus. Im Rahmen der Befragung wurde festgestellt, dass mit ganz wenigen Ausnahmen (sprich in Einzelfällen), bei keinem der befragten Unternehmer, Live-Auftritte ohne Gagen üblich sind. So haben in der einschlägigen Balkan-Clubszene Wiens, neben professionellen Musikern sowohl Nachwuchs- als auch Hobbymusiker, ihre Gagen. Diese sind im Falle der letzteren beiden, zwar nicht wirklich hoch, sie sind jedoch bei jedem ihrer Auftritte vorgesehen und vor allem auch üblich. Spezielle Regelungen gibt es bei einem Lokal, in dem jedes Wochenende die gleichen Nachwuchsmusiker auftreten, die dort also fester Programmbestanteil sind, und die deshalb eine etwas niedrigere Gage, als bei einmaligen Auftritten, bekommen. Dafür haben sie jedes Wochenende einen festen Auftritt und können somit auf laufende Einnahmen zählen, ohne sich ständig um Auftritte bemühen zu müssen.
Spezielle finanzielle Regelungen wie in der Theorie beschrieben, kennen lediglich die befragten Organisatoren von Balkan-Clubbings in Wien. Zu beachten ist dabei, dass die Organisatoren selbst und nicht etwa die Nachwuchsmusiker, diese Regelungen in Kauf nehmen müssen. In ihrem Fall müssen sie teilweise für Getränkekosten aufkommen, sofern eine vorher bestimmte Grenze, durch den Getränkekonsum ihres Publikums, nicht erreicht werden sollte.

Hinsichtlich der Interaktion zwischen den Musikern und ihrem Publikum, geht die Theorie davon aus, dass bei Großveranstaltungen, vor allem ein gewisser Mehrwert der Live-Atmosphäre wichtig ist, der meist mit Bühnen-Shows, die Licht- und Nebel-Dramaturgie, Tanzeinlagen usw. beinhalten, einhergeht. Auch eine besondere Form der Interaktion, spielt dabei eine wichtige Rolle. Dazu zählen umfangreiche Ansagen der Musiker auf der Bühne genauso wie Animationen des Publikums zum Mitsingen, Mitklatschen und Mittanzen. Im Vergleich zu solchen Großevents, würden sich Auftritte in Clubs und Lokalen, vor allem durch eine engere Interaktion zwischen den Künstlern und dem Publikum, auszeichnen.
Tatsächlich spielt die Interaktion im Rahmen von Balkanmusik-Live-Veranstaltungen, eine besondere Rolle. Die Veranstaltungen, seien es Großkonzerte bekannter Stars oder ihre Auftritte in vergleichsweise kleinen Lokalen, gehen im Rahmen der Balkanmusik, stets mit einer engen Interaktion der Musiker und ihres Publikums, einher. Eine Besonderheit ist dabei das häufig durchgehende Mitsingen, Klatschen und Schreien, genauso wie die Möglichkeit direkter Kontaktaufnahme und des Kennenlernens der Stars, hinter der Bühne. Dabei macht es keinen großen Unterschied, ob es sich um ein Großkonzert mit einer Publikumsgröße von 5.000 Menschen oder einen Auftritt in einem Club, bei dem an die 500 Menschen anwesend sind, handelt.

Hinsichtlich der Besonderheiten in diesem Bereich, soll schlussendlich auch die Frage nach dem „wo“ der Balkanmusik-Veranstaltungen und nach der Publikumsgröße, beantwortet werden. Insgesamt ist zu sagen, dass Balkanmusik-Veranstaltungen, die außerhalb der einschlägigen Clubszene organisiert werden, quer durch Wien stattfinden. Dabei wird auf diverse kleine Clubs und Lokale, genauso wie auf große und beliebte Veranstaltungshallen – wie „Gasometer“, „Stadthalle“, „Kurhalle Oberlaa“ etc. –, zurückgegriffen. Was die Publikumsgröße anbelangt, so ist zu sagen, dass diese bei den hier befragten Unternehmen und ihren Veranstaltungen, zwischen 100 und mehr als 5.000 Personen, umfasst.

Nachdem nun im Detail noch mal auf die Besonderheiten des Balkan-Livemusik-Bereichs eingegangen wurde, wird an dieser Stelle auch die zweite Forschungsfrage, zusammenfassend beantwortet. Diese lautete: *„Welche Aspekte sind im Rahmen der Standortwahl von Bedeutung und welche Besonderheiten der Balkanmusikszene in Wien bestehen darüber hinaus?“* und kann zusammenfassend, folgendermaßen beantwortet werden:

Folgende Aspekte sind für Unternehmen der Balkan-Livemusik-Branche in Wien (welche über eigene Lokale und damit feste Standorte verfügen) im Zusammenhang mit der Standortwahl, von Bedeutung:

- Gewollte bzw. bewusste räumliche Entfernung von der Konkurrenz,
- Ausreichendes Parkplatzangebot,
- Übernahme eines Lokals von einem Familienmitglied,
- Reiner Zufall (Lokal stand zum Zeitpunkt der Suche zur Verfügung und wurde aufgrund der Nähe zum bereits bestehenden, zweiten Lokal des Betreibers, ausgewählt).

Jene zwei Unternehmer, die mangels eigener Lokale, die Veranstaltungen in den Lokalen anderer Betreiber organisieren, nennen folgende Aspekte der Lokalwahl:

- Bekanntschaft mit dem jeweiligen Lokalbetreiber,
- Angenehme Atmosphäre, die zur Veranstaltung passt,
- Kapazität des Lokals,
- Gute Erreichbarkeit,
- Ruf und Qualität des Veranstaltungsortes, die auch auf die Qualität der jeweiligen Veranstaltung schließen lassen.

Hinsichtlich der Besonderheiten der Balkanmusikszene in Wien, ist zunächst zu sagen, dass folgende Musikgenres, im Rahmen von Livemusik-Veranstaltungen als populär, bezeichnet werden können:

- Volksmusik im Allgemeinen inkl. neukomponierter Volksmusik und Turbo-Folk,

- Jugo-Pop- und Rock-Musik (Unterhaltungsmusik),
- Weltmusik,
- Roma-Musik inkl. Balkan Brass,
- Hip-Hop, aber auch
- „ausländische“ Musik wie R’n’B oder Latino-Musik.

Anzumerken ist dabei, dass trotz Tendenz zu einem bestimmten Musikgenre, die befragten Unternehmen, vorwiegend auf einen Mix dieser Genres, setzen.

Als weitere Besonderheit in diesem Bereich, ist auch die relativ große Bedeutung der Nachwuchskünstler, insbesondere in den Clubs und Lokalen, zu nennen. Viele Unternehmen, engagieren zumindest teilweise auch junge Nachwuchskünstler (manche sogar ausschließlich diese), im Rahmen der Live-Veranstaltungen in ihren Lokalen. Als Besonderheit in diesem Zusammenhang, gilt auch die Tatsache, dass alle Musiker, seien es Nachwuchs- bzw. Hobbymusiker oder bekannte Stars, für ihre Auftritte, Gagen bekommen. Die einzige Ausnahme, besteht in Einzelfällen, wenn es um befreundete Musiker geht, die aus einem – nennen wir es – „Prestige-Gedanken“ heraus, im Rahmen eines bestimmten Abendprogramms, mitauftreten. Eine weitere Besonderheit im Rahmen von Balkan-Livemusik-Veranstaltungen in Wien, stellt die besonders starke Interaktion zwischen den auftretenden Künstlern und ihrem Publikum, dar. Unabhängig von der Größe des Publikums und dem Bekanntheitsgrad des Künstlers, prägen das Mitsingen, Mitklatschen, Tanzen, aber auch der direkte Kontakt zu den Künstlern, bzw. die Möglichkeit, diese kennenzulernen, sämtliche Balkan-Livemusik-Veranstaltungen in Wien. Häufig sind bei Großkonzerten auch andere als ex-jugoslawische Mitbürger, Teil des Publikums, welche die enge Interaktion bei solchen Veranstaltungen als eine Besonderheit erleben, die sie so nicht kannten.

Abschließend ist im Rahmen dieser zweiten Forschungsfrage noch festzuhalten, dass Balkan-Livemusik-Veranstaltungen, sowohl innerhalb der einschlägigen Balkan-Clubszene in Wien, als auch in anderen Lokalen und großen Veranstaltungshallen quer durch Wien, organisiert werden. Beliebt sind dabei, auch außerhalb der Balkan-Veranstaltungen zum Einsatz kommende Hallen, wie die „Stadthalle“, „Gasometer“, „Kurhalle Oberlaa“ und andere. Balkan-Livemusik-Veranstaltungen in Wien, ziehen dabei ein Publikum an, das aus bis zu 5.000 Menschen und mehr, bestehen kann. Als Besonderheit ist dabei anzumerken, dass diese Publikumsgröße, die bei Großveranstaltungen erreicht wird, im Vergleich zu Konzerten direkt am Balkan oder in anderen europäischen Ländern (wo die gleichen Stars, bis zu 100.000 Menschen anlocken und zum Teil von den auch hierzulande tätigen Unternehmern, engagiert werden), eine äußerst geringe ist.

9.2 Herausforderungen und Einschränkungen

An dieser Stelle soll abschließend noch auf die wichtigsten Herausforderungen im Rahmen dieser Arbeit eingegangen werden, um den Leser auf die damit verbundene Problematik aufmerksam zu machen.

Bereits im Rahmen der Recherche musste die Autorin feststellen, dass es äußerst schwierig ist, einen Teilbereich aus dem umfassenden Themengebiet zu wählen, der im Rahmen einer Diplomarbeit bearbeitet werden kann. Erst nach monatelanger Recherche, langwierigen Überlegungen und vielen Gesprächen, gelang es ihr, einen solchen Themenbereich zu finden, der sowohl (wirtschaftlich) relevant, als auch im Rahmen einer Diplomarbeit und den damit verbundenen Einschränkungen - vor allem zeitlicher Natur -, erfassbar ist. Insbesondere die Tatsache, dass dieser Bereich in einem wirtschaftlich relevanten Zusammenhang, noch überhaupt nicht erforscht wurde, stellte eine besondere Herausforderung dar und war somit mit einigen Schwierigkeiten verbunden.

Aus Mangel an wissenschaftlicher Literatur, war es schwierig Anknüpfungspunkte zu finden und auf Daten und Informationen in der Form zurückzugreifen, wie sie für diese Arbeit notwendig waren. Diese Problematik zog sich durch die gesamte Arbeit und stellte unter anderem sowohl im Kapitel „Migrationsland Österreich“, im Hinblick auf die Abschätzung der Größe der ex-jugoslawischen Community in Wien, als auch bei der Darstellung der relevanten Unternehmen, ein komplexes Problem dar, das es zu lösen galt.

Auch die Tatsache, dass alle Interviews, mit Ausnahme eines einzigen, im Rahmen der empirischen Erhebung auf Bosnisch-Kroatisch-Serbisch (BKS) geführt wurden, war für die Auswertung und Integration in die Arbeit ein weiterer, besonders zeitlich relevanter Aspekt. Das Gleiche gilt auch für die zahlreichen Literaturquellen, die herangezogen wurden und zum großen Teil in BKS oder Englisch zur Verfügung standen, womit auch ein zusätzlicher Aufwand verbunden war.

9.3 Ausblick und weitere Forschung

An dieser Stelle werden noch einige abschließende Hinweise, auf weitere mögliche Forschungsbereiche im Zusammenhang mit Balkanmusik in Wien und Österreich, in einem wirtschaftlich relevanten Zusammenhang, gegeben. Damit sollen auch andere Studenten bzw. Forschenden möglichst auf dieses Thema, seine Relevanz und Vielfältigkeit aufmerksam gemacht werden. Wie bereits im Eingangskapitel beschrieben, fand das vorliegende Diplomarbeitsthema, bei vielen Gesprächspartnern einen besonderen Anklang. Dies mag zum Großteil daran liegen, dass es sich bei dieser Arbeit, tatsächlich um eine der ersten zum Thema überhaupt (in Österreich), handelt. Zum aktuellen Zeitpunkt, sind in diesem Zusammenhang hierzulande, lediglich noch zwei andere Arbeiten zu nennen. Zum einen, das bereits mehrfach erwähnte Forschungsprojekt von mediacult, dessen Ergebnisse

im Rahmen des Buchs „Dynamiken von Crossover-Moden. Eine feldtheoretische Untersuchung des Balkanmusik-Booms in Österreich“, 2011 präsentiert werden. Zum anderen, ist auch das Buch „Balkanmeile. Ottakringer Straße. 24 Stunden – Ein Reiseführer aus Wien. Lokale Identitäten und globale Transformationsprozesse“, zu nennen. Dieses entstand aus einer Forschungstätigkeit im Zusammenhang mit der Ottakringer Straße und befasst sich schwerpunktmäßig mit diversen Fragen der „Balkanmeile“.

Nichtsdestotrotz konnte sich die Autorin während des Verfassens dieser Diplomarbeit davon überzeugen, dass dieses Themengebiet (Balkanmusik) im Rahmen einer einzelnen Arbeit – wie sie auch hier vorliegt –, nur unvollständig erfasst werden kann. Dies liegt vor allem an der Vielfältigkeit des Themas, sprich daran, dass es viele Bereiche umfasst, die ihrerseits alle durchaus das Potenzial haben, interessante und vor allem wichtige Erkenntnisse und Ergebnisse, zu liefern. Wie bereits erwähnt, stellte die Entscheidung für einen bestimmten Teilbereich des Themas – hier der Livemusik-Sektor in Verbindung mit populärer Balkanmusik - im Zusammenhang mit dieser Arbeit, eine der Schwierigkeiten dar. Mangels entsprechender Literatur und Untersuchungen, auf welche man die Arbeit stützen könnte, war es grundsätzlich nicht einfach, sich auf ein konkretes Thema aus dem Bereich „Balkanmusik“ festzulegen. Es ist wohl ohne Weiteres nachvollziehbar, dass gerade diese Schwierigkeit, weitere Probleme nach sich zog bzw. nach sich zieht. Dazu zählen vor allem der enorme zeitliche Aufwand und zum Teil sicher auch kulturelle und sprachliche Hürden, die man als „österreichischer“ Autor bzw. Forscher im Zusammenhang mit dem Thema, auf sich nehmen muss. Dies soll keinesfalls bedeuten, dass die Gesprächspartner über unzureichende Deutschkenntnisse verfügten (dies war hier nicht der Fall, so dass die Befragung, abgesehen bei einem Unternehmer, ohne Weiteres auch in deutscher Sprache hätte durchgeführt werden können). Dennoch scheint die Tatsache, dass die Autorin selbst den entsprechenden ethnischen Hintergrund aufweist, die Forschung und insbesondere auch die Kontaktaufnahme mit den Unternehmern, wesentlich erleichtert zu haben. Auch die angenehme, offene Atmosphäre und Stimmung während der Interviews, ist zum Großteil wahrscheinlich ebenso auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Autorin und die jeweiligen Gesprächspartner, quasi „Landsleute“ sind.[369]

Im Rahmen der Erforschung des Themas, wurden immer wieder neue Fragen aufgeworfen, die bislang im Zusammenhang mit Balkanmusik in Österreich und Wien, noch nicht erforscht wurden. Abschließend seien hier einige davon erwähnt. Interessant im Zusammenhang mit Balkanmusik und der ex-jugoslawischen Bevölkerung, ist beispielsweise die Tatsache, dass

[369] Sofern man heute noch, bei Menschen aus den einzelnen Ländern ehemaligen Jugoslawiens, wirklich von „Landsleuten“ sprechen kann. Der Begriff soll darauf hinweisen, dass es sich bei der Autorin und den Gesprächspartnern, um Ex-Jugoslawen handelt, unabhängig von ihrer Zugehörigkeit zu einem der Nachfolgestaaten bzw. ihrer wirklichen, ethnischen/nationalen Zugehörigkeit.

im Livemusik-Bereich angehende Stars, vorwiegend bekannte Hits performen. Damit stellt sich unter anderem die Frage nach rechtlichen Regelungen in diesem Bereich, sprich nach dem Schutz des geistigen Eigentums bzw. der Autorrechte.
Genauso wichtig und interessant wie der Livemusik-Sektor, ist sicherlich auch der Bereich, der sich mit der Musikproduktion befasst. Obwohl in Wien bzw. Österreich, kaum Unternehmen angesiedelt zu sein scheinen, die sich mit der Produktion von Balkanmusik (in dem hier betrachteten Sinne) beschäftigen, stellt sich unter anderem die Frage nach den Plattenlabels, die beispielsweise Musik von Nachwuchskünstlern produzieren, die in Wien leben und ihre Karriere unter anderem in den Balkanlokalen Wiens, starten.[370] Interessant ist auch der Bereich des digitalen Musikvertriebs, die Möglichkeit des digitalen Musikdownloads über diverse Internetquellen. Auf der anderen Seite, stellt sich natürlich auch die Frage nach der Bedeutung von Plattenverkauf im Bereich der Balkanmusik.
Nicht zuletzt wäre es ebenso möglich, das hier vorliegende Thema, zum Beispiel im Rahmen einer Dissertation oder einer weiteren Untersuchung, erneut aufzugreifen und noch weitere Unternehmen in die empirische Untersuchung, mit aufzunehmen.

[370] So z.B. die Teilnehmerin der Podiumsdiskussion zum Thema „Turbo-Folk“ im Café Palazzo, Sandra Branković, die angehende Turbo-Folk-Sängerin ist und in Wien lebt. Siehe dazu auch Informationen im Anhang, unter „Protokoll 3: Podiumsdiskussion Phänomen Turbo-Folk“.

Inhalts- und Quellenverzeichnis

Aliochin, Rainer/**Krämer**, Ulla/**Hauk**, Angela/**Sänger**, Ralf/**Förster**, Nadine (2007): Existenzgründungen von Migrantinnen und Migranten – Begleitheft zum Profiling von Existenzgründerinnen und Existenzgründern, Ausbildungsring Ausländischer Unternehmer e.V. – AAU (Hrsg.)

Almer, Wolfgang (2002): Strukturen und Strategien der Musikwirtschaft im Umgang mit veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, Schriften der Johannes-Kepler-Universität Linz : Reihe B, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Universitätsverlag Rudolf Trauner, Linz

Assmann, Aleida (2006): Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co, Berlin

Aydoğdu, Fatih (2010): Creativity and Controversy – Migration, Music and Transnational Migrant Spaces, in: Bakondy, V./Ferfoglia, S./Jankovic, J./Kogoj, C./Ongan, G./Pichler, H./Sircar, R./Winter, R. (Hrsg.) (2010): Viel Glück! Migration heute Wien, Belgrad, Zagreb, Istanbul. Mandelbaum Verlag, Initiative Minderheiten, ERSTE Stiftung, Wien

Bartok, Bela/**Lord**, Albert B. (1978): Yugoslav Folk Music – Serbo Croatian Folk Songs and Instrumental Pieces, State University of New York Press, New York

Bauer, Werner T. (2008): Zuwanderung nach Österreich, ÖGPP Österreichische Gesellschaft für Politikberatung und Politikentwicklung, online im Internet am 12. 05. 2010: http://www.politikberatung.or.at/typo3/fileadmin/02_Studien/8_Migration/zuwanderungnachoesterreich.pdf

Behrens, Roger (1996): Pop Kultur Industrie. Zur Philosophie der populären Musik. Verlag Köngishausen & Neumann GmbH, Würzburg

Behringer, Stefan (2009): Unternehmensbewertung der Mittel- und Kleinbetriebe „Betriebswirtschaftliche Verfahrensweisen“, Erich Schmidt Verlag, 4., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Berlin

Biffl, Gudrun (2009): Was unternehmen Mingrant/innen in Österreich?, Integration im Fokus - Ausgabe 1/2009, online im Internet am 20.02.2011: http://www.integrationsfonds.at/wissen/integration_im_fokus/integration_im_fokus_ausgabe_12009/thema_was_unternehmen_migrantinnen_in_oesterreich/was_unternehmen_migrantinnen_in_oesterreich

Blaschke, Jochen/**Boissevain**, Jeremy/**Grotenbreg**, Hanneke/**Joseph**, Isaac/**Morokvasić**, Mirjana/**Ward**, Robin (1990): European Trends in Ethnic Business, in: Waldinger, R./Aldrich, H./Ward, R. (Hrsg.) (1990): Ethnic entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, 1. Auflage, Sage Publications, Newbury Park

Boissevain, Jeremy/**Blaschke**, Jochen/**Grotenbreg**, Hanneke/**Joseph**, Isaac/**Light**, Ivan/**Sway**, Marlene/**Waldinger**, Roger/**Werbner,** Pnina (1990): Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies, in: Waldinger, R./Aldrich, H./Ward, R. (Hrsg.) (1990): Ethnic entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, 1. Auflage, Sage Publications, Newbury Park

Bonacich, Edna/**Modell**, John (1980): The Economic Basis of Ethnic Solidarity: Small Business in the Japanese American Community, University of California Press, Berkeley, Los Angeles und London

Brodbeck, Karl H./**Hummel**, Marlies (1991): Musikwirtschaft, ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, München

Brunnbauer, Ulf (o.J.): „Europa“ und der „Balkan“: Fremd- und Selbstzuschreibung, Freie Universität Berlin, Osteuropa-Institut „Einführung in die Geschichte Südosteuropas“, Vorlesungsunterlagen

Brunner, Anja/**Gebesmair**, Andreas/**Rapa**, Silvja (2011): Zwischen Volksmusikpflege und Turbofolk. Zum musikalischen Leben in der ex-jugoslawischen Diaspora Wiens, Kapitel des unveröffentlichten Buchmanuskripts im Rahmen des FWF-Forschungsprojekts „Dynamiken von Crossover-Moden. Eine feldtheoretische Untersuchung des Balkanmusik-Booms in Österreich“, unter der Projektleitung von Andreas Gebesmair durchgeführt am Institut mediacult, Wien

Buchanan, Donna A. (2007): Balkan popular culture and the Ottoman ecumene - music, image, and regional political discourse, Scarecrow Press

Bukow, Wolf-Dietrich (1993): Leben in der multikulturellen Gesellschaft. Die Entstehung kleiner Unternehmer und der Umgang mit ethnischen Minderheiten, Westdeutscher Verlag, Opladen

Cartwright, Garth (2008): Balkanblues und Blaskapellen: unterwegs mit Gypsy-Musikern in Serbien, Mazedonien, Rumänien und Bulgarien, Hannibal, Höfen

Cvitanović, Marin (2009): (Re)konstrukcija balkanskih identiteta kroz popularnu glazbu, in: Migracijske i etničke teme 25 (2009), 4, p. 317-335

Ćirjaković, Zoran (2004), Turbofolk kao brend, online im Internet am 22.05.2010: http://www.nin.co.rs/pages/issue.php?id=698

Dragičević Šešić, Milena (1994): Neofolk kultura, Publika i njene zvezde, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci

Đurković, Miša (2004): Ideološki i politički sukobi oko popularne muzike u Srbiji, in: Filozofija i društvo, vol. 25, p. 271-284

Enzenhofer, Edith /**Kessler**, Irene/**Lechner**, Ferdinand/**Riesenfelder**, Andreas/**Reiter**, Walter/**Wetzel**, Petra (2007): Ethnische Ökonomien – Bestand und Chancen für Wien, Endbericht, Bericht von L&R Sozialforschung in Kooperation mit Mag. Kessler im Auftrag von MA 27, MA 17, MA 18 und der Wirtschaftskammer Wien, L&R Sozialforschung, Wien

Farwick, Andreas (2009): Segregation und Eingliederung – zum Einfluss der räumlichen Konzentration von Zuwanderern auf den Eingliederungsprozess, VS Verlag, Wiesbaden

Fassmann, Heinz (2002): Zuwanderung und Segregation, in: Fassmann, H./Kohlbacher, J./Reeger, U. (Hrsg.): Zuwanderung und Segregation: Europäische Metropolen im Vergleich, Band 7 der Publikumsreihe des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur zum Forschungsschwerpunkt Fremdenfeindlichkeit, Drava Verlag, Klagenfurt und Celovec, p. 13-25

Floeting, Holger/**Reimann**, Bettina/**Schuleri-Hartje**, Ulla-Kristina (2004): Expertise Ethnische Ökonomie: Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab, Deutsches Institut für Urbanistik

Giffinger, Rudolf/**Wimmer**, Hannes (2002): Segregation von ausländischer Wohnbevölkerung als Barriere der sozialen Integration?, in: Fassmann, H./Kohlbacher, J./Reeger, U. (Hrsg.): Zuwanderung und Segregation: Europäische Metropolen im Vergleich, Band 7 der Publikumsreihe des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur zum Forschungsschwerpunkt Fremdenfeindlichkeit, Drava Verlag, Klagenfurt und Celovec, p. 209-231

Gläser, Jochen/**Laudel**, Grit (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, 2. Auflage, Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden

Grujić, Marija (2009): Community and the popular: Women, Nation and Turbo-Folk in Post-Yugoslav Serbia, Dissertation, Central European University, Budapest

Haberfellner, Regina/**Böse**, Martina (1999): „Ethnische" Ökonomien. Integration versus Segregation im Kontext der wirtschaftlichen Selbständigkeit von MigrantInnen, in: Fassmann, H./Matuschek, H./Menasse, E. (Hrsg.): abgrenzen ausgrenzen aufnehmen. Empirische Befunde zur Fremdenfeindlichkeit und Integration, Drava-Verlag, Klagenfurt, p. 75-94

Haberfellner, Regina (2009): Mutig in die neuen Berufe, Integration im Fokus - Ausgabe 1/2009, online im Internet am 15.05.2011: http://www.integrationsfonds.at/wissen/integration_im_fokus/integration_im_fokus_ausgabe_12009/thema_was_unternehmen_migrantinnen_in_oesterreich/mutig_in_die_neuen_berufe

Haberfellner, R./**Betz**, F. (1999), Geöffnet! Migrantinnen und Migranten als Unternehmer. Eine Chance für die lokale Wirtschaftsentwicklung. Bericht über die Fachtagung „Migranten als Unternehmer", 19.-20. April 1999 in Wien. ZSI-workshop 5, Wien

Haberfellner, Regina/**Betz**, Fritz/**Böse**, Martina/**Riegler**, Johanna (2000): Ethnic Business – Integration vs. Segregation, ZSI 2000, Wien

Häußermann, Harmut (2007): Effekte der Segregation, vhw FW 5 / Okt. – Nov. 2007

Hemetek, Ursula (2004): Die Renaissance des „Nationalen": Traditionelle Musik im ehemaligen Jugoslawien, in: Kahl, T. (Hrsg.) (2004): Herausforderung Osteuropa : die Offenlegung stereotyper Bilder. : Verl. für Geschichte und Politik [u.a.], Schriftenreihe des Österreichischen Ost- und Südosteuropa-Instituts, Wien [u.a.]

Hochhauser, Anna Maria (2009): „Sein eigener Chef sein ist vorherrschendes Motiv“, Integration im Fokus - Ausgabe 1/2009, online im Internet am 20.02.2011: http://www.integrationsfonds.at/wissen/integration_im_fokus/integration_im_fokus_ausgabe_12009/thema_was_unternehmen_migrantinnen_in_oesterreich/diskurs_sein_eigener_chef_sein_ist_vorherrschendes_motiv

Hofman, Ana (2010): Kafana Singers: Popular Music, Gender and Subjectivity in the Cultural Space of Socialist Yugoslavia, in: Nar. umjet., vol. 47/1, p. 141-161

Hummel, Marlies (1991): Gegenwärtige und zukünftige Standortanforderungen von Unternehmen der Musikwirtschaft in: Brodbeck, K. H./Hummel, M. (Hrsg.), Musikwirtschaft, ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, München

Jirez, Alexa (2008): Nichts gegen Ausländer, aber…, Wiener Zeitung, online im Internet am 04.06.2010: http://www.wienerzeitung.at/DesktopDefault.aspx?TabID=3902&Alias=wzo&cob=331279&currentpage=0;

Kocina, Erich (2008): Ottakringer Straße: Porträt einer Meile, online im Internet am 13.05.2010: http://diepresse.com/home/sport/fussball/euro2008/392792/index.do

Kohlbacher, Josef/**Reeger**, Ursula (2002): Zuwanderung und Segregation in Wien, in: Fassmann, H./Kohlbacher, J./Reeger, U. (Hrsg.): Zuwanderung und Segregation: Europäische Metropolen im Vergleich, Band 7 der Publikumsreihe des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur zum Forschungsschwerpunkt Fremdenfeindlichkeit, Drava Verlag, Klagenfurt und Celovec, p. 181-197

Kronja, Ivana (2004): Turbo Folk and Dance Music in 1990s Serbia: Media, Ideology and the Production of Spectacle, in: The Anthropology of East Europe Review, vol. 22, no. 1, p. 103-114

Kronja, Ivana (2004a): Politics, Nationalism, Music and Popular Culture in 1990s Serbia, in: Slovo, Spring 2004, p. 5-15

Leitner, Christina (2010): Ethnobusiness startet durch, online im Internet am 20.09.2010: http://www.ecomigra.at/ireds-105537.html

Leser, Hartmut (1997): Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie, München und Braunschweig

Light, Ivan (1987): Unternehmer und Unternehmertum ethnischer Gruppen, in: KZfSS, Sonderheft "Soziologie wirtschaftlichen Handelns", p. 193-215

Light, Ivan (2005): The Ethnic Economy, in: Smelser, N.J./Swedberg, R. (Hrsg.): The Handbook of Economic Sociology, Princeton University Press, Princeton und New Jersey, p. 650-677

Light, Ivan/**Karageorgis**, Stavros (1994): The Ethnic Economy, in: Smelser, N.J./Swedberg, R. (Hrsg.), The Handbook of Economic Sociology, Princeton University Press, Princeton und New Jersey, p. 647-671

Lubej, Emil H./**Hemetek**, Ursula (1996): Musik der Bosnier im Raum Wien: Eine soziokulturelle Studie, in: Hemetek, U. (Hrsg.), Echo der Vielfalt - Echoes of Diversity. Traditionelle Musik von Minderheiten ethnischer Gruppen, in: Schriften zur Volksmusik, Bd.16, p. 101-108

Marković, Tatjana (2009): Balkan Studies and music Histography: (Self)Representation between Authenticity and Europeanization, in: Kakanien revisited, 25.08.2009

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken, 5. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim

Mayring, Philipp (2005): Neuere Entwicklungen in der qualitativen Forschung und der Qualitativen Inhaltsanalyse, in: Mayring, P./Gläser-Zikuda, M. (Hrsg.), Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse, p. 7-19, online im Internet am 08.05.2011: http://www.utb-stuttgart.de/8269_Leseprobe.pdf

Mayring, Philipp (2008): Qualitative Inhaltsanalyse, Grundlagen und Techniken, 10. neu ausgestattete Auflage 2008, Beltz Verlag, Weinheim und Basel

Melčić, Dunja (2007): Der Jugoslawien-Krieg, Handbuch zu Vorgeschichte, Verlauf und Konsequenzen, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Miletić, Saša (2008): Das Gespenst der Freiheit – Rock'n'Roll in Titos Jugoslawien, Diplomarbeit, Universität Wien, Wien

Milojević, Jasmina (2004): "World Music" – muzika sveta, in: World Music Asocijacije 2004, Jagodina

Milojević, Jasmina (2010): Turbo-folk: World music ili postmoderni Vavilon?, online im Internet am 30.06.2011: http://jasminamilojevic.page.tl/Turbo_folk.htm

Milin, Melita (2008): From Communism to Capitalism via the Wars. The Landscape of Serbian Music 1985-2005, in: Musicology, vol. 2008, no. 8, p. 91-99

Mitrović, Marijana (2009): (T)ko to tamo p(j)eva? Transnacionalizam u post-jugoslovenskoj popularnoj muzici i njegove granice, in: Etnoantropološki problemi, Beograd, vol. 4, no. 3, p. 117-144

Neuschäffer, Christoph (2009): Zukunftsfrage Migration: Quo vadis, Austria?, in: upgrade – das Magazin für Wissen und Weiterbildung der Donau-Universität Krems, Ausgabe 4.09, Krems

Ogris, Michael (2009): Bescheid der Kommunikationsbehörde Austria, online im Internet am 29.06.2011: http://www.rtr.at/en/rf/KOA210009030/KOA_2.10009-030_DM_SAT.pdf

o.V. (Aleksić, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.sekaaleksic.com

o.V. (Bajramović, 2011): Online im Internet am 23.07.2011: http://www.sabanbajramovic.com

o.V. (Balkan De Luxe, 2010): Online im Internet am 17.04.2010: http://balkandeluxe.at

o.V. (Balkan Fever Festival, 2010): Online im Internet am 17.04.2010: http://balkanfever.at/2010

o.V. (Balašević, 1999-2010): Online im Internet am 15.07.2011: http://www.balasevic.net

o.V. (Bosniacum, 2011): Online im Internet am 17.04.2010: http://www.collegium-bosniacum.org/cb/cb

o.V. (Bregović, 2011): Online im Internet am 19.04.2010: http://www.goranbregovic.rs

o.V. (Brockhaus – Die Enzyklopädie, 2005-06): Migration, online im Internet am 10.12.2010: http://lexika.tanto.de/artikel.php?TANTO_SID=6a868069d69884fd6f20624a63784fb2&TANTO_KID=wu_wien&TANTO_AGR=41197&shortname=b24&artikel_id=600052893

o.V. (BUM Magazin, 2011): BUM premijera: Exkluzivno Bregovic feat. Gipsy Kings, online im Internet am 09.05.2011: http://www.bummagazin.com/extrada/exkluzivno-bregovic-feat-gipsy-kings/20110428

o.V. (Ceca, 2003/2010): Online im Internet am 26.06.2011: http://ceca-online.com/cms

o.V. (Čolić, 2011): Biografija, online im Internet am 02.05.2011: http://www.zdravkocolic-cola.com/biografija/biografija.htm

o.V. (Čolić 1, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.zdravkocolic-cola.com

o.V. (Diamond, 2010): Online im Internet am 29.06.2011: http://www.diamondclub.at

o.V. (Dictionary of World Philosophy, 2001): Diaspora, online im Internet am 19.02.2011: http://www.credoreference.com/entry/routwp/diaspora

o.V. (Dijaspora uživo, 2011): Online im Internet am 16.06.2011: http://www.dijasporauzivo.com

o.V. (DM Sat, 2010): Online im Internet am 06.04.2010: http://www.dmsat.tv

o.V. (Dragojević, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.oliverdragojevic.com

o.V. (Europäische Kommission, 2006): Die neue KMU-Definition „Benutzerhandbuch und Mustererklärung“, online im Internet am 13.04.2011: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/sme_user_guide_de.pdf

o.V. (Eurovision Song Contest, 2011): Online im Internet am 15.06.2011: http://www.eurovision.tv/page/dusseldorf-2011/about/shows/participants

o.V. (Gibonni, 2011): Online im Internet am 17.07.2011: http://www.gibonni.htnet.hr

o.V. (Guča, 2011): Online im Internet am 18.06.2011: http://www.guca.rs/ger/strana.php?str=history2

o.V. (Ilić, 2011): Online im Internet am 18.06.2011: http://www.sanjailic.yuonline.net

o.V. (Jedinstvo, 2003): Online im Internet am 15.05.2011: http://www.jedinstvo.at/Deutsch/istorijagodine.htm

o.V. (Karleuša, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.karleusa.com

o.V. (Kusturica, 2011): Online im Internet am 12.03.2011: http://www.kustu.com

o.V. (Maajka, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.edomaajka.com

o.V. (Marković, 2011): Online im Internet am 18.06.2011: http://www.boban-and-marko-markovic.com

o.V. (mediacult, 2010): Online im Internet am 04.06.2010: http://www.mediacult.at/de/main.html

o.V. (Merlin, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.dinomerlin.net

o.V. (Mirković, 2010): Online im Internet am 25.06.2011: http://www.dragana.at

o.V. (ORF, 2011): Online im Internet am 15.04.2011: http://tv.orf.at/program/orf2/20110321/550728301/312763

o.V. (Ost-Klub, 2010): Online im Internet am 08.05.2010: http://www.ost-klub.at/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=4&lang=de

o.V. (Österreichischer Integrationsfond 1, 2010): Integration in Wien. Zahlen und Fakten - Ausgabe 2/2010, online im Internet am 20.04.2011: http://www.integrationsfonds.at/publikationen/integration_im_fokus/integration_im_fokus_ausgabe_22010/thema_going_glocal/wien_zahlen_und_fakten

o.V. (Österreichischer Integrationsfond 2, 2010): Online im Internet am 29.04.2011: http://www.integrationsfonds.at/publikationen/zahlen_und_fakten/migramaps/

o.V. (Proeski, 2011): Online im Internet am 26.06.2011: http://tose.bloger.hr

o.V. (Redžepova, 2011): Online im Internet am 24.06.2011: http://www.esma.com.mk/

o.V. (Regina, 2009): Online im Internet am 26.06.2011: www.gruparegina.com

o.V. (Restaurant Beograd, 2011): Online im Internet am 15.05.2011: http://restaurant-beograd.at/new/index.php

o.V. (Statistik Austria 1, 2010): Bevölkerungsstand 1.1.2010, online im Internet am 27.04.2010: http://www.statistik.at/dynamic/wcmsprod/idcplg?IdcService=GET_NATIVE_FILE&dID=85783&dDocName=053629, 27.04.2010

o.V. (Statistisches Jahrbuch, 2010): migration & integration, zahlen.daten.indikatoren 2010

o.V. (Soho, 2010): Online im Internet am 12.05.2010: http://www.sohoinottakring.at/2010/proj_detail.php?pid=653

o.V. (The free Dictionary, 2009): Online im Internet am 15.05.2011: http://de.thefreedictionary.com/Gemeinschaft

o.V. (Thompson, 2011): Online im Internet am 25.06.2011: http://www.thompson.hr

o.V. (Uni-Linz, 2011): Subkultur, online im Internet am 20.05.2011: http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/subkultur.html

o.V. (Youtube 1, 2011): Online im Internet am 25.06.3011: http://www.youtube.com/watch?v=q5TJpCzCybQ&feature =player_embedded#at=629

o.V. (Youtube 2, 2011): Online im Internet am 25.06.2011: http://www.youtube.com/watch?v=wCrp97FI184&feature=related

o.V. (Youtube 3, 2009): Online im Internet am 26.06.2011: http://www.youtube.com/watch?v=tC7PhV1DTAU

o.V. (Zdravković, 2011): Online im Internet am 05.06.2011: http://www.tomazdravkovic.com

Papan, Jovana (2007): Lijepa naša (ibarska) magistrala, online im Internet am 18.06.2011: http://starisajt.nspm.rs/kulturnapolitika/2007_papan_In3.htm

Pfleiderer, Martin (2008): Live-Veranstaltungen von populärer Musik und ihre Rezeption, in: Gensch, G./Stöckler, E.M./Tschmuck, P. (Hrsg.): Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion: Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft, 1. Auflage 2008, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden, p. 83-107

Rasmussen, Ljerka (1995): From Source to Commodity: Newly Composed Folk Musik of Yugoslavia, in: Popular Music, vol. 14, p. 241-256

Rasmussen, Ljerka (2002): Newly composed folk music of Yugoslavia, Routledge Chapman & Hall, New York und London

Schmidt, Dorothea (2000): Unternehmertum und Ethnizität – ein seltsames Paar, in: Prokla Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft Heft 120, 30. Jahrgang, Nr. 3, 2000, p. 335-362

Schneider, Beate/**Weinacht**, Stefan (2007): Kooperation und Konkurrenz – Zum Verhältnis von Musik und Medien in Schneider, B./Weinacht, S. (Hrsg.): Musikwirtschaft und Medien: Märkte – Unternehmen – Strategien, Verlag Reinhard Fischer, München, p. 5-15

Schuberth, Richard (2007): Der Balkan-Boom (aus der Sicht eines Mittäters), online im Internet am 05.03.2010: http://balkanfever.at/2009/index.php/der-balkan-boom-aus-der-sicht-eines-mittaeters

Schuleri-Hartje, Ulla-Kristina/**Floeting**, Holger (2004): Von Tante Emma zu Onkel Ali? Ethnische Ökonomie: Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab, Difu-Berichte 4/2004, online im Internet am 21.12.2010: http://www.difu.de/node/4815

Schulze, Gerhard (1997): Die Erlebnisgesellschaft - Kultursoziologie der Gegenwart, Campus Verlag, Frankfurt am Main und New York

Sen, Faruk (o.J.): Dossier Wirtschaftliche Potenziale von Migration & Integration, Ethnische Ökonomie - Unternehmen von Zuwanderern in Deutschland. Das Beispiel der türkischen Selbständigen, online im Internet am 22.12.2010: http://www.migration-boell.de/web/integration/47_1100.asp

Shupo, Sokol (2006): Urban music in the Balkans: drop-out ethnic identities of a historical case of tolerance and global thinking?, in: honorem Ramadan Sokoli (papers of the International symposium), Asmus, Tirana

Sperlich, Regina (2011): Nationale Volks- und Popularmusikgeschichte der Balkenländer, Kapitel des unveröffentlichten Buchmanuskripts im Rahmen des FWF-Forschungsprojekts „Dynamiken von Crossover-Moden. Eine feldtheoretische Untersuchung des Balkanmusik-Booms in Österreich", unter der Projektleitung von Andreas Gebesmair durchgeführt am Institut mediacult, Wien

Vasiljević, Momir (2011): Seka Biografija, online im Internet am 29.04.2011: http://www.sekaaleksic.com/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=53&lang=sr

Vogt, Sabine (2005): Clubräume – Freiräume: Musikalische Lebensentwürfe in den Jugendkulturen Berlins, 1. Auflage, Bärenreiter-Verlag, Kassel

Waldinger, Roger/**Aldrich**, Howard/**Ward**, Robin (1990): Opportunities, Group Characteristics and Strategies, in: Waldinger, R./Aldrich, H./Ward, R. (Hrsg.) (1990): Ethnic entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, 1. Auflage, Sage Publications,) Newbury Park (zitiert als Waldinger et al.)

Waldinger, Roger/**McEvoy**, David/**Aldrich**, Howard (1990): Spatial Dimensions of Opportunity Structures, in: Waldinger, R./Aldrich, H./Ward, R. (Hrsg.) (1990): Ethnic entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies, 1. Auflage, Sage Publications, Newbury Park

Waldrauch, Harald/**Sohler**, Karin (2004): Migrantenorganisationen in der Großstadt – Entstehung, Strukturen und Aktivitäten am Beispiel Wiens, Campus Verlag, Frankfurt und New York

Weithaler, Barbara (2007): Musikindustrie, Subkultur und Clubkultur in Berlin. Markenkommunikation und strategische Dramaturgie am Beispiel des Berliner Independent Labels und Clubs Tresor, Diplomarbeit, Universität Wien, Wien

Wölfl, Adelheid (2009): Wien, Bühne des Balkans, online im Internet am 10.07.2010: http://derstandard.at/1256255768948/Wien-Buehne-des-Balkans

Ziegenrücker, Wieland/**Wicke**, Peter (1989): Sach-Lexikon Popularmusik, erweiterte Neuauflage, Schott, Mainz

Anhang

Interview-Leitfaden

Ich bin Studentin an der WU Wien und beschäftige mich im Rahmen meiner Diplomarbeit wie schon erwähnt mit dem Thema der populären Balkanmusik in Wien. Dabei ist mein Ziel, herauszufinden, aus welchen Gründen sich Menschen, die aus Ex-Jugoslawien stammen in Wien einen eigenen Club, Diskothek und Ähnliches zu gründen. Vom Interesse sind dabei auch Besonderheiten in diesem Bereich betreffend Standort, Kunden bzw. Zielgruppe und auftretenden Künstlern.

1. Der persönliche Weg in die Selbständigkeit, Bildung und bisheriger Werdegang

- *Können Sie mir bitte beschreiben, wie Ihr Weg in die Selbständigkeit (in Wien) ausgesehen hat?*

Nachhack-Fragen:

- Seit wann sind Sie schon selbständig?
- Waren Sie schon vorher in Ihrer Heimat oder einem anderen Land selbständig? (Wenn ja: in welchem Bereich)
- Welchen Schulabschluss haben Sie? (In- und Ausland)
- Wie würden Sie Ihre Deutschkenntnisse beschreiben?
- Sind Sie vor Ihrer selbständigen Tätigkeit in einem anderen Unternehmen einer unselbständigen Beschäftigung nachgegangen?

2. Motive für die Selbständigkeit

- Haben negative Erfahrungen wie Diskriminierung oder mangelnde Chancen am Arbeitsmarkt Ihre Entscheidung selbständig tätig zu sein beeinflusst?

Nachhack-Fragen:

- Hat das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung bei Ihrer Entscheidung selbständig tätig zu sein eine Rolle gespielt?
- Wie wichtig waren bei dieser Entscheidung Ihre im Vorfeld bestehenden Beziehungen bzw. Bekanntschaften mit anderen Menschen aus Ex-Jugoslawien? Wie wichtig waren für Sie bestehende Netzwerke für die Entscheidung einen Club zu eröffnen/ als Konzertveranstalter tätig zu sein?
- Wie würden Sie Ihre vorherige Beschäftigung im Vergleich zur heutigen Selbständigkeit beschreiben? Welche Vor- und Nachteile glauben Sie, hat man als Arbeitnehmer bzw. Unternehmer mit Migrationshintergrund auf dem österreichischen Arbeitmarkt?
- Hatten Sie schon immer den Wunsch, selbständig zu sein oder kam die Idee erst im Laufe der Zeit?
- Wie wichtig ist für Sie die Unabhängigkeit im beruflichen Alltag, dass Sie also Ihr eigener Chef sind?
- Hatten Sie bei Ihrer Entscheidung Unterstützung – sei es finanziell, seelisch etc. – seitens der Familie, der Freunde und der eigenen ethnischen Gruppe?
- In Wien gibt es eine bereits ziemlich stark ausgeprägte Balkan-Clubszene. Nichtsdestotrotz werden immer wieder neue Balkan-Clubs eröffnet bzw. wechseln ihre Besitzer. Warum haben Sie sich trotz des relativ hohen Angebotes dazu entschieden, einen Club zu eröffnen?

3. Herausforderungen bei der Unternehmensgründung und im Rahmen der Selbständigkeit

- Welche Herausforderungen waren im Rahmen der Unternehmensgründung und der damit verbundenen Aufgaben zu bewältigen?

Nachhack-Fragen:

- Hatten Sie bürokratische oder sprachliche Hürden zu bewältigen?
- Wie sah die Kapitalbeschaffung aus? *(Rolle der Familie, Bekannten, ethnischer Gruppe, Rolle der Kreditinstitute?)*
- Wie sah die Personalbeschaffung für Ihr Unternehmen aus?
- War das notwendige wirtschaftliche Know-how im Zeitpunkt der Gründung bereits vorhanden (beispielsweise aufgrund der Erfahrung mit anderen Clubs etc.) oder mussten Sie sich dieses erst aneignen? Wie haben Sie diese Herausforderung bewältigt?
- Wie sind Sie an Geschäftspartner und Lieferanten gekommen?

4. Konkurrenzsituation

- Wie würden Sie persönlich Ihre Konkurrenzsituation beschreiben?

Nachhack-Fragen:

- Welche Vor- bzw. Nachteile sehen Sie in der räumlichen Nähe zur Konkurrenz? Wie konnte und wie kann man sich in der mittlerweile äußerst lebendigen Balkan-Clubszene in Wien gegenüber der Konkurrenz abheben und behaupten?
- Gibt es Synergieeffekte, die sich aus der räumlichen Nähe zu anderen Balkan-Lokalen ergeben? Arbeiten Sie in irgendeiner Art und Weise mit anderen Betreibern zusammen? Wird die Programmauswahl mit jener der Konkurrenzlokale abgeglichen?

5. Standortwahl

- Welche Aspekte und Faktoren waren bei der Wahl des Club-Standortes von Bedeutung?

(Die lebendige Clubszene in der Ottakringer Straße (Balkanmeile) oder die zahlreichen Balkan-Clubs entlang des Gürtels sind Beispiele für starke räumliche Konzentration derartiger Clubs in Wien. Andererseits gibt es aber auch Clubs, die eher entfernt von anderen Balkan-Clubs in Wien angesiedelt sind. Damit stellt sich die Frage nach den Standortfaktoren und der Entscheidung für eine bestimmte Location.)

Nachhack-Fragen:

- Wie wichtig ist für Sie als Clubbetreiber die Nähe bzw. Entfernung zu anderen vergleichbaren Clubs? Warum spielt diese eine Rolle?
- Welche positiven und negativen Aspekte ergeben sich Ihrer Meinung nach aus der Nähe bzw. Entfernung zu anderen Clubs?
- Spielt auch die räumliche Nähe zur ethnischen Gruppe eine Rolle – sprich, wie wichtig ist es, dass derartige Balkan-Clubs in Bezirken mit einer starken Konzentration an Menschen mit der jeweiligen ethnischen Abstammung, entstehen?
- Haben Sie bereits Erfahrungen mit Lokalitäten außerhalb der typischen „ausländischen Bezirke“ gemacht und wie sahen diese aus?

6. (Ethnische) Netzwerke

- Welche Rolle spielen in Ihrem Beruf Netzwerke? Wie wichtig sind diese?

Nachhack-Fragen:

- In welchen Bereichen arbeiten Sie mit Menschen aus der eigenen ethnischen Gruppe zusammen? *(Geschäftspartner, Lieferanten, Mitarbeiter, Kunden)*

7. Musikerauswahl und -gagen

- Wie erfolgt die Auswahl der Musiker, die in Ihrem Club auftreten/dessen Konzerte Sie organisieren?
- Welche Musiker/Bands treten in Ihrem Club primär auf? Wie würden Sie sagen ist das Verhältnis zwischen bekannten Balkanstars und eher aufsteigenden Sternchen?

- Wie werden die finanziellen Aspekte im Rahmen der Auftritte neuer und wenig bekannter Musiker/Bands geregelt? (Gibt es Festgagen oder Beteiligungen an den Einnahmen? Müssen die Künstler eher Gratisauftritte in Kauf nehmen, um sich ein Publikum erspielen zu können? Wie ist die Musikauswahl? Performen Sie eher bekannte Hits oder auch eigene Stücke?)
- Arbeiten Sie bei der Auswahl von Musikern - besonders angehenden Stars und eher unbekannten Musikern - mit anderen Clubbesitzern zusammen? Gibt es so etwas wie eine Club übergreifende Zusammenarbeit bei der „Vermittlung" der Musiker?
  (In den Balkan-Clubs treten neben bekannten Musikern und Balkanstars auch angehende Stars oder Musiker mit bekannten Balkan-Hits auf. Dabei kann man Ihre Auftritte in mehreren Clubs wahrnehmen.)

Nachhack-Fragen:
- Legen auch DJs in Ihrem Club auf? Haben Sie dabei einen eigenen DJ im Einsatz oder wechseln diese? Wie ist ungefähr das Verhältnis zwischen Live-Auftritten von Bands und Musikern im Vergleich zur von DJ aufgelegten Musik?

8. Persönlicher Musikgeschmack
- Wie wichtig ist bzw. war für Sie Ihr persönlicher Musikgeschmack für die Wahl der angebotenen Musik und für die Positionierung Ihres Clubs?
  (Wenn man sich die Balkan-Clubszene in Wien anschaut, wird man feststellen, dass die Clubs zumeist entweder Turbo-Folk bzw. neukomponierte Volksmusik anbieten oder eher dem Pop- und Rockmusik-Bereich angehören.)

  Nachhack-Fragen:
- Ist der persönliche Musikgeschmack ebenso wichtig wie wirtschaftliche Faktoren? Würden Sie beispielsweise Turbo-Folk anbieten, selbst wenn es gar nicht ihrem persönlichen Geschmack entspricht, weil Sie damit ein größeres Publikum ansprechen? Stellt sich diese Frage für Sie überhaupt oder ist Ihr persönlicher Geschmack eher irrelevant?

9. Unternehmenssituation und Kunden
- Wie viele Beschäftigte sind in Ihrem Unternehmen tätig?
- Woher stammen Ihre Mitarbeiter?
- Wie groß ist das Fassungsvermögen des Clubs? Wie viele Personen haben in Ihrem Club Platz?
- Wie würden Sie Ihre Zielgruppe beschreiben? Welche Menschen sollen bzw. werden primär angesprochen? *(Alter, Abstammung, Musikgeschmack bzw. bevorzugte Musik etc.)*
- Sind viele Ihrer Kunden Stammkunden oder wechselt das Publikum je nach Programm und Abend?
- Wie sieht Ihre Kundenstruktur aus? (Welcher Anteil entfällt auf die eigene ethnische Gruppe und welcher auf andere?)
- In welchem Rahmen bewegen sich die Eintrittspreise für Konzerte in Ihrem Club?
- Wie schätzen Sie den Bekanntheitsgrad der auftretenden Musiker ein? Sind Sie bemüht eher bekannte Musiker und Stars auftreten zu lassen oder bevorzugen Sie neue Bands, die sich erst ein Publikum erspielen müssen?
- Welchem Musikgenre gehören die in Ihrem Club auftretenden Stars an? Sind Sie eher einem Genre zuzuordnen oder versuchen Sie Stars aus verschiedenen Genres zu gewinnen, damit Sie ein breiteres Publikum ansprechen?
- Wie hoch ist die Interaktion zwischen Musikern und Publikum in Ihrem Club? Gibt es Möglichkeiten für persönlichen Kontakt mit den Künstlern?

10. Allgemeine Daten
- Alter, Familienstand, Staatsbürgerschaft, Aufenthaltsdauer in Ö, Geburtsland
- Rechtsform des Unternehmens, Branche und Standort

11. Abschließende Frage

- Die Selbständigenrate unter den Staatsbürgern eines Nachfolgestaates Jugoslawiens ist im Vergleich zu anderen ethnischen Gruppen in Österreich ziemlich gering. Warum glauben Sie, ist dem so?
- Sind Sie mit Ihrer Entscheidung, selbständig zu sein zufrieden oder würden Sie sich, wenn Sie könnten, eher für eine unselbständige Tätigkeit entscheiden?

Protokoll 1: Experteninterview mit Fikret Vukalić alias Fantom

[Erfolgreicher Konzertorganisator, Künstlermanager, Show- und Musikproduzent von großen Balkanstars]

Datum: 12.03.2011	Gesprächsdauer und –ort: 1 h 50 Min, Café in der Millenium City

Herr Vukalić, können Sie mir bitte beschreiben, worin genau Ihre Arbeit besteht?
Oft sagen die Leute „seine Sorgen möchte ich haben." Dann gibt es auch diejenigen, die mich als eine Art Star erleben, was ich natürlich nicht bin. Ich sehe es aber sehr gern, dass die Leute mich gern haben, dass man meine Arbeit schätzt und anerkennt. Meine Arbeit ist aber, um ganz ehrlich zu sein, eine äußerst schwere, mühsame und vor allem auch verantwortungsreiche. Ich sage immer gern: es ist nicht gleich, ob man seinen Körper oder sein Hirn zum Schwitzen bringt. Man kann eine Grube graben und man gräbt und gräbt und irgendwann hat man es geschafft, sie ist fertig, ohne dass man wirklich nachdenken musste. Ich muss aber in einem Moment für zehn Leute denken, ich kann an einem Tag schon mal so viele Anrufe tätigen, wie es manche Leute nicht mal in einem Jahr zustande bringen. Es gibt einfach gewisse Bereiche in meinem Job, bei denen mich keiner vertreten kann. Es ist einfach eine wahnsinnig verantwortungsreiche Arbeit. Ich trage ja zuerst die Verantwortung dem Künstler gegenüber, den ich engagiere und her hole und auch dem ganzen Team gegenüber. Dann bin ich für die Räumlichkeiten verantwortlich, für alle möglichen Aufgaben, die ich dabei diversen österreichischen Institutionen gegenüber schulde, um ein solches Event auf die Beine stellen zu können. Dazu muss man sagen, dass ich nicht nur in Österreich arbeite, sondern vielmehr weltweit, in Kanada, Amerika, Australien, bei uns unten usw. Die Besonderheit ist auch, dass es sich dabei ausschließlich um große Konzerte handelt. Ich habe also enorm viel Verantwortung zu tragen, nicht zuletzt dem Publikum gegenüber. Denn, sollte irgendwann etwas sein, dann werden alle wissen wollen, wer dahinter steht und verantwortlich ist. Wenn alles reibungslos läuft, dann erkundigt sich keiner nach dem Organisator. Ich bin bemüht, dem Publikum alle Informationen zu bieten, so dass sie sich vorab im Internet, per Telefon usw. erkundigen können, wenn sie Fragen haben. Und diese Infos kann wiederum nur ich persönlich geben und mache das auch. Es ist also wirklich eine sehr verantwortungsvolle und stressige Arbeit, die man auch nicht ohne ein Team bewältigen kann. Da ist wieder das Problem, dass es äußerst schwer ist, die richtigen Personen zu finden, auf die man sich stets verlassen kann, wo man weiß, dass alles auch funktioniert, denn jeder Fehler, den sich jemand aus dem Team erlaubt, bekomme ich zu spüren.

Wie lange sind Sie schon in Österreich und wie lange arbeiten Sie in diesem Beruf?
Ich bin nach Österreich als Produzent und Manager 1991 gekommen. Ich bin jemand, der bisher die größten Konzerte organisiert hat, die größte Anzahl an Stars, aber nicht nur im Musikbereich, da waren diverse kulturelle Veranstaltungen wie Theater und vieles andere auch dabei. Ich bin nach Österreich also als bereits bewährter Produzent gekommen und als eine medienstarke Person, da ich im Fernsehen verschiedene sehr beliebte Shows gemacht habe.

Wie war Ihr beruflicher Start in Österreich?
Als ich hierher kam war ich schon bekannt, genoss eine starke Reputation, so dass mich selbst hier viele Menschen aus Ex-Jugoslawien auf der Straße angehalten haben, um ein Photo mit mir zu machen oder wollten ein Autogramm, was ich bis heute irgendwie lustig finde, weil ich mich selbst nicht als Star sehe. Die wirklich großen Stars sind ja jene Leute, also Musiker und Künstler, mit denen ich zusammenarbeite.

Welche waren Ihre ersten Projekte in Österreich?
Erste Projekte hier… Ich hab damals eine Fernsehsendung, eine Show gemacht, in der Models in verschiedenen Diskotheken eine Art Show-Time-Programm aufgeführt haben, also verschiedene Gags und Spiele mit dem Publikum. Das war das erste, was ich hier gemacht habe. Gleich danach kamen dann Zdravko Čolić, Bebek, Alen Islamović, Hari Mata Hari, dann Merlin usw. Damit ging es los. Dann war Bajaga da, diverse Stars aus Kroatien wie Alka Vujica, Colonia, Dino Dvornik, Doris Dragović etc.

Können Sie mir sagen, warum Sie sich ausgerechnet für Österreich entschieden haben?
Eine wirklich interessante Frage. Ich bin vor dem Krieg – den man wenn man über unser Land spricht leider immer wieder erwähnen muss – immer sehr viel gereist. Glauben Sie mir, hätte mich damals jemand gefragt, ob es ein Land auf der Welt gibt, wo ich sicher nicht leben werde, dann hätte ich Österreich gesagt. Es kam aber eben ganz anders. Ich bin irgendwann mit einer Gruppe mit der ich diese TV-Shows gemacht habe quer durch Clubs und Diskotheken, eben nach Wien in ein Club gekommen. Da hatte ich eben an einem Wochenende dieses Programm und für die Zeit danach waren schon Auftritte in Deutschland und der Schweiz am Programm. Es gibt da einen schönen Spruch, ich weiß nicht, ob Sie ihn kennen: „Wer einmal Wasser von Baščaršija[371] trinkt, der wird Sarajevo niemals verlassen können." So was Ähnliches hat sich bei mir ereignet, da gibt's eine Geschichte, die besagt, dass jemand, der mal in Wien übernachtet, diese Stadt niemals verlassen wird. Das hat sich bei mir als wahr gezeigt. Wir haben also damals in Wien eine super tolle Show geliefert, die sowohl beim Publikum als auch bei den Betreibern wahnsinnig gut angekommen ist. Da hat man mir die doppelte Gage geboten, um noch länger da zu bleiben und die Show am nächsten Wochenende zu wiederholen. In den paar Tagen in denen ich hier war, haben sich alle sehr bemüht, mir alles zu zeigen, mich mit der Stadt bekannt zu machen und ich muss sagen, meine ersten Berührungen mit der Stadt waren wirklich so, dass ich einfach nur fasziniert war. Ich hab mich selbst in der Stadt wiedergefunden. Für mich war klar, dass es eine Stadt ist, die alles bietet. Und es war wirklich so, dass ich Wien sehr schnell in mein Herz geschlossen habe und erlebe die Stadt heute wirklich als meine Stadt. Ich habe also damals mal in Wien übernachtet und bin sozusagen geblieben…

Wie Sie selbst sagen, arbeiten Sie ausschließlich mit den ganz großen Balkanstars zusammen. Wie beurteilen Sie die Situation mit den nicht so großen Stars und ihren Auftritten in Clubs in Wien?
Na ja, wenn man bedenkt, dass auf diesem Gebiet an die 500.000 Ex-Jugoslawen leben und dass es wohl keinen Ort auf der Welt gibt, an den unsere Leute gegangen wären, ohne dass ihnen die ersten Balkan-Sänger gefolgt sind… Wien ist also auf jeden Fall eine der europäischen Städte, mit der größten Anzahl an Auftritten unserer Musiker – hier vergeht kein Wochenende ohne zehn bis 15 Auftritte verschiedenster Balkan-Musiker. Die meisten fallen unter die Kategorie der Volksmusik.
Seinerzeit habe ich hier auch in verschiedenen Clubs und Diskotheken solche Live-Auftritte organisiert. Gestern zum Beispiel hatte ich die OK Band im Diamond Club auf der Ottakringer Straße, es war ein wirklich super Auftritt. Da sprechen wir von einem Fassungsvermögen von ca. 700 Personen. Genauso gestern Abend hatte ich auch eine Veranstaltung in Viva und zwar „Balkan Night", das ist ein Programm aus Belgrad das man

[371] Die Baščaršija ist der alte Teil von Sarajevo sowie der historische und kulturelle Mittelpunkt dieser Stadt. Details siehe http://www.bascarsija.info/de/bascarsija.

dort auf den „splavovi“[372] organisiert. Bei Viva sprechen wir von einem Fassungsvermögen von 500 bis 600 Personen. Das sind einfach zwei Beispiele für Locations, an denen ich auch was mache. Es ist auch schon vorgekommen, dass ich zu Silvester gleichzeitig an fünf Locations, in fünf verschiedenen Ländern etwas organisiert habe. Da war immer das Problem, an welchem der Orte ich sein werde, weil ich ja nicht gleichzeitig überall sein kann.

Kann man also sagen, dass Club- und Diskothekenbesitzer hier nicht immer selbst Konzerte und Auftritte in ihren Lokalen organisieren, sondern dass auch Sie oder andere Veranstalter dies übernehmen?

Na ja, zu einem großen Teil machen das die Betreiber auch selbst, sie sind auf eine Art und Weise schon selbst Manager. Es gibt wirklich auch diese kleinen Stars, die mit den Betreibern am Telefon über die Gagen verhandeln und die tatsächlich auch im Auto übernachten, wenn es sein muss, Hauptsache, sie haben einen Auftritt. Also, das kommt schon häufig vor. Ich sage immer, natürlich sollen und müssen diese Leute auch arbeiten, dass ist vollkommen in Ordnung, ich für meinen Teil halte mich aber an einem bestimmten Niveau, das ist mir wichtig. Ich bin schon oft sowohl Club-Betreibern als auch den Stars zuvorgekommen, ohne dafür etwas zu erwarten. Ich hab zum Beispiel die Kontakte hergestellt, so dass sie dann die Auftritte organisieren konnten. Es ist aber, um ehrlich zu sein, für mich eher etwas, das ich nicht unbedingt mache oder machen will. Es kommt eher dann vor, wenn mich jemand anruft und darum bittet, weil ich eben all diese Kontakte habe. Es kommt zur Zeit häufiger vor, dass diese kleinen Stars öfter bei mir anrufen und um Auftritte quasi betteln, weil zur Zeit doch eine starke Krise herrscht und die Menschen kein Geld haben. Es ist aber auch nicht in meinem Sinne, dass ich die Kontakte vermittle oder die Sänger her hole und der jeweilige Club-Betreiber zahlt für den Auftritt, kann sich das aber eigentlich gar nicht leisten und verschuldet sich deshalb. Das kommt aber häufig vor, weshalb ich solche Geschäfte wirklich so gut wie möglich umgehe. Es ist schon anders, wenn man einen Auftritt organisiert und alles passt, der Betreiber kann das ohne Probleme bezahlen und ist zufrieden, dann läuft alles super. Aber ob Sie es glauben oder nicht, im Moment sind gute 90% solcher Auftritte problematisch. Die Stars verlangen hohe Gagen, während die Menschen immer weniger Geld zur Verfügung haben. Man sieht schon volle Lokale und denkt sich, wie das wohl funktioniert, aber viele Leute kommen hin und trinken den ganzen Abend einen einzigen Drink. Das ist momentan wirklich so, die Krise ist stark spürbar. Ich mache also solche Auftritte kaum, weil sie vor allem ziemlich problematisch sind.

Wie sehen Sie die Tatsache, dass für solche Auftritte in den Clubs häufig kein Eintritt verlangt wird?

Die Leute haben einfach kein Geld. Also, wie soll man da als Clubbesitzer Eintritt verlangen, wenn das Publikum kein Geld hat? Wie soll man da selbst bei den Getränken entsprechend verdienen, wenn die Leute kein Geld haben? Die Betreiber müssen also einfach herumexperimentieren, um dem Publikum irgendwie näher zu kommen. Sie versuchen also die Gagen der jeweiligen Musiker so gut wie möglich zu präzisieren, damit der Gratiseintritt auch wirklich drin ist, natürlich erhöhen sie dann zum Teil die Getränkepreise, was ja irgendwo nachvollziehbar ist, weil man die ganzen Kosten irgendwie decken muss. Man versucht also auf diesem Weg das Publikum zum vermehrten Getränkekonsum zu animieren. Die einzige Einnahmequelle stellt ja der Konsum dar. Es gibt aber auch Auftritte in solchen Lokalen, wo dann zwischen 15 und 20 Euro Eintritt verlangt wird. Ich hatte bisher zwei Konzerte in der Lugner City organisiert zum Beispiel und das war sicher das letzte Mal, dass ich dort gearbeitet habe. Diese Location ermöglicht mir einfach nicht die Einhaltung der grundlegenden Kriterien, allein das Platzangebot ist zu gering. Deshalb ist es nichts für meine Konzerte. Wenn wir jetzt aber mich außen vorlassen und uns diese kleineren Stars anschauen und Leute, die ihre Konzerte veranstalten, dann muss man schon sagen, dass

[372] „Splavovi“ sind das Wahrzeichen von Belgrad und eine Besonderheit im Belgrader Nachtleben. Dabei handelt es sich um Clubs, die auf Flößen entlang des Flussufers errichtet wurden und von denen es in Belgrad sehr viele gibt.

zwischen ihnen sehr wohl Konkurrenz herrscht. Und das nutzen die Stars auch beinhart aus. Wenn nämlich fünf verschiedene Betreiber den gleichen Star einladen wollen, dann entscheidet sich dieser alleine aus einem Grund und zwar für den, der am meisten bietet. Ich kenne sehr viele Menschen, die sich in diesem Bereich probiert und sich dann einfach zurückgezogen haben, weil sie sich so stark verschuldet haben, dass sie am Ende keinen Cent mehr hatten. Das ist Tatsache.

Können Sie abschätzen, wie viele Menschen ex-jugoslawischer Abstammung in Wien wirklich in diesem Bereich der Konzertorganisation von Balkanveranstaltungen tätig sind – jetzt bei den kleineren Stars, wie Sie das nennen?
Alle sagen – und das ist auch wahr – dass ich der einzige bin, der auf diesem Niveau dieser Arbeit nachgeht. Ich bin wirklich der einzige, der mit den ganz großen Balkanstars arbeitet. Ich bin also der einzige, der in der Diaspora, außerhalb unserer Grenzen alle großen Starauftritte organisiert auf einem solch hohen, professionellen Niveau mit den besten Konzerthallen, Technik, Werbung und auch Sicherheit für das Publikum. Um ehrlich zu sein, haben wir nicht mal so viele Stars, die solch großen Hallen füllen können. Außerdem, in dieser Stadt hat man einen Saban Saulic schon 170 Mal gesehen, eine Jana mindestens 900 Mal usw. Diese Musiker sind einfach schon viel zu overbooked, sie sind für das Publikum einfach nicht mehr so interessant. Ich hatte zum Beispiel am 11. Dezember letzten Jahres ein Konzert von Zdravko Čolić in Wien und obwohl er ein solch großer Star ist, kann ich ihn nicht vor Ablauf von eineinhalb Jahren oder so wieder nach Wien holen. Es muss einfach diese Zeit vergehen, und ob jetzt tatsächlich zwei oder sogar drei Jahre vergehen, ob er schon ein neues Album oder neue Single draußen hat und wann usw. Das muss ich halt alles berücksichtigen. Es ist einfach nicht möglich, dass man ihn jedes Wochenende da hat. Das sind einfach Stars, die einem vollkommen anderen Kaliber, einer anderen Klasse angehören. Auch Dino Merlin zum Beispiel ist das nächste Mal am 18. Juni wieder in Wien und da werden es zwei Jahre sein, dass er das letzte Mal da war. Ich kann ihn auch nicht früher holen. Das ist so. Währen das bei diesen kleinen Stars schon so ist, dass an einem Wochenende jemand in einem Lokal singt, nächstes Wochenende wieder im Lokal gegenüber oder so. Das ist einfach ein ganz anderes Niveau, das kann man nicht mit meiner Arbeit und meinen Veranstaltungen vergleichen.
Was jetzt die Anzahl derjenigen betrifft, die in diesem Bereich beruflich tätig sind, also da gibt es sehr viele, es gibt sieben Mal mehr solcher Manager und Veranstalter, als es in dieser Stadt notwendig wäre.
Was ich außerdem erwähnen muss und das ist sehr wichtig, ist die Tatsache, dass man große Konzerte unmöglich ohne Sponsoren organisieren kann. Ich bin auch der einzige, der Sponsoren bekommt. Zu meinen Sponsoren gehören Western Union, Bob bzw. A1 – der Generaldirektor war beim Zdravko Čolić Konzert zum Beispiel. Auch SPÖ gehört zu meinen Sponsoren und viele andere. Solche Sponsoren bekommt man natürlich nur dann, wenn man etwas Großes auf einem entsprechenden Niveau organisiert. Stellen Sie sich mal vor, Sie kommen zu einem Sponsor und er fragt Sie, wo Sie denn Ihr Konzert organisieren und Sie sagen daraufhin, in einer Bar/Club. Also da wird man sicher nicht ernst genommen. Und nehmen wir jetzt Toyota oder Mercedes her, sie wissen zwar vielleicht nicht, wer Zdravko Čolić ist, aber sie wissen, der tritt in der Stadthalle auf und das ist eine Halle, deren Preis man kennt und von der man auch weiß, welche Art von Auftritten dort organisiert wird. Da ist klar, dass keiner so verrückt ist, irgendjemanden in einer Halle auftreten zu lassen, die 55.000 Euro kostet und die halb leer bleibt. Da reden wir schon von großen Summen, die im Spiel sind. Solch große Veranstaltungen sind also ohne Sponsoring undenkbar.

Passen in Ihr Konzept neue, junge Stars vom Balkan? Jemand also, der erst mit der Karriere startet und sich noch am Anfang befindet?
Sie leiten mich ganz offensichtlich zum Thema unserer Estrade hin, weil Ihnen bewusst ist, dass wir heute auf dem Balkan Künstlerinnen haben, die halbnackt auftreten, die sich weder benehmen noch richtig reden geschweige denn singen können, die aber dennoch sehr viel Geld verdienen. Das, was diese Leute unserer Jugend präsentieren ist meiner Meinung nach einfach nur schändlich. Ich möchte damit nicht sagen, dass man es ihnen verbieten sollte, es

ist einfach Geschmacksache. Ich denke mir heute oft, wenn ich gewisse Sachen in Punkto Musik sehe, dass es so was zu meiner Zeit nicht gab. Damals wussten wir was Qualität bedeutet. Damals hätten solche „Stars“ nicht mal eine einzige Zeile in der Zeitung verdient oder wären im Fernsehen erwähnt worden, weil dafür bestimmte Kriterien ausschlaggebend waren, die sie nicht erfüllen. Heute gibt's wer weiß wie viele solche Zeitschriften oder TV-Sender. Die interessieren sich nur für die Affären solcher Musiker, wer ist mit oder ohne Slip sonst wo aufgetaucht, wer schläft mit wem usw. Das ist es, was verfolgt und mit großen Schlagzeilen angekündigt wird. Aber, was interessiert es mich schon, mit wem Jelena Karleusa oder sonst wer zusammen ist oder mit wem sie gerade schläft. Und dass sie halb nackt auf die Bühne kommt, na ja, klar, sie muss ja irgendwas zeigen, weil sie nicht singen kann. Sie singt, dass man sie nicht mal versteht. Das ist einfach nur Show-Time. Die neuen Generationen – ob Sie's glauben oder nicht – Sie erkennen keine Qualität und das ist das Problem. Diese Stars, von denen ich gerade gesprochen habe, sie sind sehr berühmt und verdienen unglaublich viel Geld. Und daran sind hauptsächlich die genannten neuen TV-Sender und Medien schuld, die werden von sonst wem betrieben. Das ist heute einfach so. Die Jugend wird damit heutzutage regelrecht verseucht. Wenn wir jetzt in sämtliche Balkan-Lokale reingehen würden und die Jugendlichen nach ihren Idolen und nach fünf Schriftstellern fragen würden, da würden Sie nicht glauben, was da als Antwort kommt. Die Idole die aufgezählt werden sind zu 98% Kriminelle, Leute die Kinder getötet haben oder sonst was gemacht haben und Schriftsteller… Oder wenn man nach einem Buch fragen würde oder ob sie wissen, wer Ivo Andrić ist, da würden sie uns nur so anschauen. Sie kennen Ivo Andrić nicht, der einen Nobelpreis für Literatur bekommen hat. Viele Menschen weltweit wissen wer Nikola Tesla ist, bei uns wissen es an die 80% sicher nicht. Und diejenigen, die den Namen kennen, wissen nicht, ob er ein Fußballspieler oder Künstler oder sonst was war oder das er überhaupt tot ist. Das ist eine traurige Wahrheit und beschämend für unser Volk. Ich meine, ich lebe damit und kenne solche Leute, es ist nun mal so, ich versuche einfach bei niemandem einen negativen Eindruck zu hinterlassen, zu helfen so viel ich kann, aber ich bin mir dieser Realität bewusst. Jemand würde jetzt sicher sagen „was spielt er sich so auf“, aber ich sage einfach, wie es ist.
Und wir haben auch wirklich junge, talentierte Musiker, ich habe auch mit einigen von ihnen gearbeitet, es zumindest versucht. Ich habe damals Toše Proeski rausgebracht, er war einer der vielleicht besten Sänger weltweit, leider ist er sehr jung bei diesem Autounfall ums Leben gekommen. Ich habe damals seine erste Promotion organisiert, sein erstes Album im Studio „Matrix“ aufgenommen, ihn nach Bihać zum Musikfestival gebracht, wo er nach Toni Cetinsky gewonnen hat, da kannte noch niemand Toše. Als er damals auf die Bühne kam und zu singen angefangen hat, da sind alle erstarrt. Ich habe es damals geschafft, als ihn noch niemand kannte, ihn auf sämtliche Bildschirme und Sender zu bringen, in die Presse. Er wurde innerhalb kürzester Zeit ein richtiger Star und er hatte ein unglaubliches Talent. Leider ist am Ende jedoch dieser Unfall passiert und damit war alles vorbei.
Es gibt also schon auch diese jungen, talentierten Musiker am Balkan. Aber die Zeiten sind schwer, die Menschen werden regelrecht mit Sachen bombardiert, es ist zuviel Angebot da und die neuen Generationen erkennen diese Qualität kaum. Ich meine – Regina – kennen Sie sicher, tolle Band, junge Menschen, die wirklich super Musik machen und die rufen mich auch immer wieder an. Aber ich organisiere kein Konzert von Regina. Und wissen Sie warum? Es ist einfach eine Schande, für eine solche Band ein Konzert zu organisieren, wenn gerade mal 200 Leute erscheinen. Das geht einfach nicht. Und dann kommt da sonst wer – ich will jetzt keine Namen nennen – aus dieser Turbo-Folk-Welt und zu seinem Konzert erscheinen ein paar Tausend Leute. Da fragt man sich schon, wie so etwas möglich ist. Das ist einfach diese traurige Realität, von der ich gesprochen habe. Qualität ist einfach das, was zählt und was auch immer zählen wird. Das Problem ist halt nur, dass wenn wirkliche Künstler bei uns auftauchen, die was drauf haben, die wirklich was erreichen können, dann haben sie nicht die Möglichkeit dazu, weil die Situation auf der Estrade so ist, wie sie ist. Ich muss in einen Star einige Jahre investieren und dieser muss sich auch an alle Regeln und Kriterien halten, die ich ihm als Manager vorgebe, ich muss auch den Vertrag ins kleinste Detail regeln, damit alles passt. Aber viele Musiker akzeptieren das nicht. Wenn man sich jetzt fünf Jahre lang an so einen Musiker vertraglich bindet und er dann zum Star

geworden ist, werden die meisten zu einer ganz anderen Person. Wenn man aber am Anfang einen Vertrag erwähnt, da hört man fast immer „wozu brauchen wir einen Vertrag?“. Ich hab aber gelernt, dass es nur so funktionieren kann. Wenn man alles nach Vorgaben macht, die auch die Garantie bieten, dass man sich an alles Vereinbarte hält, dann hat man Erfolg.

Würden Sie sich heute noch mal für den gleichen Job entscheiden, wenn Sie von vorne beginnen könnten?
Wissen Sie was, ich glaube nicht, ich glaube nicht. Vielleicht hätte ich eine Lehre abgeschlossen und wäre jetzt beispielsweise Automechaniker – jetzt nur als Beispiel. Ich würde mich aber definitiv von anderen Automechanikern unterscheiden, ich müsste die größte und beste Werkstätte haben, beste Experten im Team und so viele Kunden, die bei mir ihre Autos reparieren lassen wollen, dass ich kaum mit allem fertig werde. Aber ich würde meine Arbeit spitzenmäßig erledigen. Vielleicht wäre ich auch Arzt geworden – wieder nur als Beispiel – weil ich das gerne gemacht hätte, vielleicht wäre ich ein erfolgreicher Arzt geworden und hätte den Menschen geholfen. Es geht aber nicht darum, dass ich jetzt irgendwie unzufrieden bin mit dem was ich heute tue, es ist einfach so, man steht neben einem Pool, egal ob man im Badeanzug oder vollständig bekleidet ist und jemand schubst einen rein, man wird schwimmen, weil man hinausschwimmen muss. Ich bin also in einer Art Pool und ich schwimme einfach, um rauszukommen.

Protokoll 2: Telefongespräch mit Herrn Saša Korugić (Notizen)

Datum: 15.05.2011	Telefongespräch

Herr Korugić hat die Sendung „Dijaspora uživo“ gesehen und meldete sich in der Redaktion, weil er seit 1970 in Wien lebt und viel von der Musik- und Lokalszene damals mitbekommen hat. Er folgte meinem Aufruf in der Sendung (es sollen sich Menschen melden, die Informationen zu den Anfängen der Balkan-Lokalszene in Wien haben). Er war einer der ersten ausgebildeten Kellner aus dem ehemaligen Jugoslawien in Wien und hat im Laufe der Jahre, in vielen Balkanlokalen gearbeitet. Herr Korugić ist mittlerweile 65 Jahre alt und hat ein wertvolles Notizbuch mit Notizen aus der damaligen Zeit. Er möchte im Herbst dieses Jahres ein Buch schreiben, das sich mit diesen Anfängen in Wien beschäftigt und die Schicksale verschiedener Menschen, die er kennengelernt hat, darstellt.
Herr Korugić ist seit 1970 in Österreich, stammt aus Belgrad und hat eine Gastronomieausbildung abgeschlossen und im renommierten Hotel „Moskau“ in Belgrad gearbeitet, bevor er nach Wien kam. In Wien hat er zuerst hinter der Bar in einem österreichischen Bierlokal gearbeitet, danach arbeitete er in mehreren Balkan-Lokalen. Erstmals arbeitete er 1972 in einem Balkanlokal in Wien und zwar dem Café „Bare“ im 20. Bezirk.

Können Sie mir etwas über die Anfänge der Balkan-Lokale in Wien erzählen?
Das allererste „Jugo-Objekt“ in Wien, war das Restaurant „Beograd“, welches 1966 eröffnet wurde, von Herrn Vita und seiner österreichischen Frau Herta.
In den 1970ern gab es in Wien keine Balkandiscos, es gab kleine Lokale in die viell. maximal 50 Leute reingepasst haben.
Bereits 1969, 1970 gab es in Wien einige Balkan-Restaurants, in welchen sich die Gastarbeiter getroffen haben, das waren damals die einzigen Orte an denen man etwas Trost finden konnte, die meisten Arbeiter haben ja jemanden zu Hause in der Heimat zurückgelassen, weil es mehr oder weniger eine vorübergehende Lösung sein sollte. In diesen Restaurants gab es freitags, samstags und sonntags Volksmusik, man hat getanzt, sich mit Menschen aus der Heimat getroffen, getrunken, auch diskutiert…

Welcher war der erste Club in Wien?
Der erste Club in Wien war der Club „Jedinstvo“, der 1970 eröffnet wurde.

Im Laufe der Zeit wurden immer mehr Lokale eröffnet – 1968 erstes Caféhaus im 1. Bezirk (Herr Joca), 1971 auf der Märzstraße im 15. Bezirk „Mađar“ – Volksmusik, 1971 Café Restaurant Schönbrunn – zwei Säle mit Musik – hier traten die ersten Balkanstars überhaupt in Wien das erste Mal auf (Tine und Radojka – ein Ehepaar, beide haben Akkordeon gespielt). Sie waren die ersten Stars vom Balkan, die in Wien aufgetreten sind.

Protokoll 3: Podiumsdiskussion „Phänomen Turbo-Folk“[373]

Datum: 28.05.2010	Ort: Wien, Café Palazzo, Ottakringer Straße

TeilnehmerInnen:
Saša Miletić aka *Slavooy Zhizheq Jr.* (Musiker, Medienwissenschaftler)
Boban Buligovic (Ex-Yu in Wien – Okto)
Rainer Krispel (Musikarbeiter, Musiker)
Edin Bosnic (Musiker, Edin Bosnic Quartet)
Sandra Brankovic (angehende Turbo Folk-Sängerin)

Moderation:
Petra Popovic (Filmproduzentin, freie Autorin)

Petra Popovic: Was bedeutet für euch „Turbo Folk“?

Boban Buligovic: Mir ist noch immer unklar, was Turbo Folk eigentlich bedeutet. Es ist eine Mischung aus verschiedenen Musikrichtungen und ich verstehe wirklich nicht, warum man die Musik Turbo Folk nennt. Das Gemeinsame aller Turbo-Folk-Richtungen sind die Folk-Stimme, der orientalische Rhythmus und Disco.

Sandra Brankovic: Turbo ist Turbo. Vielleicht heißt das, dass die Melodie einfach harmonischer, schneller ist. Die Verbindung von langsamer Volksmusik mit Turbo.

Slavooy Zhizheq Jr.: Der Begriff „Turbo Folk“ stammt von einem serbisch-montenegrinischen Musiker, der in Belgrad arbeitet: Rambo Amadeus[1]. Turbo bezieht sich auf Autos und Dieselverbrennung. Er hat gesagt: „Turbo Folk ist die Verbrennung des Volkes“[2]. Turbo Folk wurde in den 1990er Jahren politisch missbraucht, um das Volk während des Krieges zu vergnügen. Ich bin in Serbien aufgewachsen. Ende der 1980er/Anfang der 1990er Jahre war das die Musik, die man überall hören konnte. Turbo Folk ist eigentlich die Musik unserer Jugend. Ich habe als Kind schon Turbo-Folk-Kassetten gehört und sie damals auch gemocht. Turbo Folk ist ein Hybrid zwischen Volksmusik und Popmusik. Für mich ist interessant, dass der Anfang von Turbo Folk viel mit dem Untergang des Rock'n' Roll[3] zu tun hat.

Edin Bosnic: An meinen schlechten Tagen denke ich, dass Turbo Folk als Mittel erfunden wurde, um das Volk in einen Zustand zu bringen, in dem man es leicht zu politischen und später auch kriegerischen Zwecken manipulieren kann. An meinen guten Tagen denke ich, dass es nicht so schlimm ist. Es hat sich der Kontrolle entzogen, und es kommt wieder in Ordnung. In allen anderen Situationen denke ich, dass beides stimmt und, dass Turbo Folk durch diese zwei Situationen entstanden ist. Eigentlich hat es in den 1970er Jahren begonnen, als große Orchester – damals unter staatlicher Kontrolle – angefangen hatten, sogenannte „neu komponierte Lieder“[4] zu produzieren, damals noch mit viel höheren

[373] Das vorliegende Protokoll wurde freundlicherweise von Antonia Dika zur Verfügung gestellt und wird in bearbeiteter Version auch im Rahmen des Buches „Balkanmeile. Ottakringer Straße. 24 Stunden: Ein Reiseführer aus Wien. Lokale Identitäten und globale Transformationsprozesse“, verwendet. Das Protokoll wird hier in Originalversion (und damit samt Fehlern und teils abweichender Schreibweise) übernommen. Die Fußnoten inkl. Erklärungen finden sich am Ende des Protokolls.

ästhetischen Kriterien als in den 1980er und 1990er Jahren. Nach Titos Tod[5] hat Turbo Folk zu blühen begonnen. Nach dem Ende seines Regimes haben Nationalisten in allen ex-jugoslawischen Ländern begonnen vorzubereiten, was in den 1990er Jahren geschehen sollte und brauchten dazu Leute, die leicht zu deren Zwecken zu mobilisieren waren. Mittlerweile ist aus der Musikrichtung ein Lifestyle geworden. Das ist jetzt ein etabliertes Genre mit bestimmten Kriterien, durch die manche Musiker hoch gelobt werden und andere nach der ersten Platte aus der Szene verschwinden. Ich sehe hier keinen anderen Ausweg, als das in Ruhe zu lassen. Es verdient aber keine Unterstützung vom Staat und gehört nicht ins Radio.

Rainer Krispel: Ich finde den Genre-Begriff, das Wort „Turbo Folk“ an sich phantastisch – ohne zu wissen, wo er hergeleitet wird. Mir selbst fehlt natürlich der kulturelle Background. Mir fällt als Erstes auf, dass die Sänger und Sängerinnen sehr attraktiv sind. Weiters fällt mir auf, dass die entsprechenden Videos eine sehr spürbare Sinnlichkeit haben. Für mich, der die Texte und auch Emotionen nicht verstehen kann, sind diese Signale sehr stark. Aus den bisherigen Aussagen wurde klar, dass das für die Menschen ein Bezugssystem ist. Ich mit meiner Sozialisation, habe Popmusik immer als etwas erlebt, das dissident ist und keinen Konsens herstellen will. Vergleichbare Musikmodelle im Grenzbereich von volkstümlicher Musik und Schlagermusik in Österreich wären für mich völlige No-gos. Weil ich dort diese sinnlichen Signale als sehr manipulativ empfinde. So wie sich das jetzt aber angehört hat, stellt sich das bei der Geschichte des Turbo Folk nicht so dar, sondern es gibt scheinbar auch eine ungebrochene positive Bezugnahme dazu.

Petra Popovic: Hören wir uns mal an, wie so etwas überhaupt klingt.

Video von Jelena Karleusa[6] zu dem Lied „Slatka mala“ wird gezeigt.

Petra Popovic: Versuchen wir einmal, dieses Genre zu definieren: Schlager gibt es in Österreich auch, aber so etwas Ähnliches habe ich hier nicht gehört. Volksmusik ist es auch keine, weil wir könnten als Kontrapunkt auch zeigen, wie Turbo Folk zu Beginn war, Ende der 1970er, Anfang der 1980er Jahre.

Video von Lepa Brena zu dem Lied „Mile voli disko“[7] wird gezeigt.

Edin Bosnic: Dieses Lied ist eigentlich ein Schlagwort für die Antwort auf Deine Frage, was Turbo Folk als Form ist. Ich bin kein Musikwissenschaftler, ich bin ein praktizierender Musiker. Ich habe mich auch aus Not in dieser Szene gefunden, habe ein paar Jahre mit vielen relevanten Musikern zusammengespielt. Viele sind sehr gut, auch in anderen Musikrichtungen, spielen aber Turbo Folk, weil es Kohle bringt. Zurück zu dem Refrain[8] von dem Lied: Es ist tatsächlich eine Mischung aus Volksmusik aus den Balkanländern und verschiedensten Einflüssen aus dem Orient, türkischen und arabischen Einflüssen, Disco, Rock ’n’ roll, Pop. Mischmasch ist nicht unbedingt schlecht. Die Intention der Autoren war nicht, ein Kunstwerk zu schaffen, sondern dem Publikum in diesem Zustand etwas zu verkaufen.

Petra Popovic: Worin besteht heute der Unterschied zu früher? Die Musik hat sich stark verändert. Wir hören heute, wenn wir uns zum Beispiel Karleusas Video anschauen, fast keine Volksmusik heraus?

Slavooy Zhizheq Jr.: Das Lied „Mile voli disko“ ist programmatisch. Sie mag Volksmusik, er mag Disco. Über dieses Lied würden die Leute heute sagen, dass es nicht Turbo Folk ist, sondern Volksmusik. Was geblieben ist, ist der Rhythmus. Damals war es Disco-Rhythmus verbunden mit Volksmusik, heute ist es Popmusik mit einem Ethno-Rhythmus. Es wird auf östliche Rhythmen gesetzt. Zu Titos Zeiten hat man immer versucht, Kitsch und Schund in der Musik zu vermeiden. Die Musik hat es aber schon gegeben, die wurde in den Kneipen gespielt. Nach seinem Tod gab es die Freiheit, so etwas zu machen. Es ist aber nicht nur

eine jugoslawische Entwicklung. Ende der 1980er Jahre kam MTV nach Jugoslawien, woran man sich orientierte. Auch wenn Turbo-Folk-Sängerinnen nicht singen können, verkaufen sie ihr Produkt mit Sexualität in den Videos. Sie machen das, was MTV macht. Es ist kein isoliertes Phänomen, es ist nur deswegen spezifisch, weil es die Volksmusik beinhaltet. Es hat angefangen mit dem Untergang des Rock 'n' Roll und mit der Integration von Ethno-Elementen in die Rockmusik, zum Beispiel wie Bregovic[9] das gemacht hat. Das war auch keine isolierte Entwicklung, sondern eine Reaktion darauf, was in den USA passiert ist. In den 1960er und 1970er Jahren hat es mit Bob Dylan und Country-Elementen usw. angefangen. Bands in Jugoslawien haben dann die eigenen Folk-Elemente eingebaut und es hat funktioniert, die Leute haben das wiedererkannt. Sie haben damals gedacht, so etwas ist authentisch. Und es ist daher sehr interessant, dass sich das genau ins Gegenteil umgekehrt hat. Zu einer Musik, die schon aus verschiedenen Einflüssen bestand – Rock 'n' Roll ist auch ein Hybrid –, haben sie noch etwas dazugetan. Sie haben dann festgestellt, dass die Leute das Folk-Element mehr interessiert als der Rock 'n' Roll, also fiel Rock 'n' Roll weg.

Edin Bosnic: Größtenteils bin ich einverstanden. Ich möchte nur betonen, dass es darum geht, was der Autor erreichen will. Vlatko Stefanovski[10] hat als einer der Ersten begonnen, in seine Musik auch Ethno-Elemente einzumischen, hat aber sehr verantwortlich darauf geschaut, dass es künstlerische Werte beinhaltet. Das macht er immer noch und auch gut. Aber ich stimme dir zu, dass sie geschnallt haben: Das Publikum schaut MTV, und wir könnten uns danach richten und auf diese Weise unser Produkt verkaufen. Ich bin dafür, dass man die Unterhaltung nicht unbedingt unterstützen soll, im Gegensatz zu Kunst, die eine Unterstützung benötigt, denn sonst sterben die Künstler aus.

Petra Popovic: Wir können also feststellen, dass Turbo Folk ein Mainstream ist. Sandra hat gerade etwas mit einem großen Produzenten aufgenommen. Da geht es um ein Image. Wie muss man als Turbo-Folk-Sängerin sein?

Sandra Brankovic: Ich würde sagen, dass das jedem selbst überlassen bleibt. Das Wichtigste ist, dass man eine Stimme hat und emotional ist. Mein Wunsch von klein auf war, Sängerin zu werden, die Menschen in den Lokalen hier und in Belgrad mit meiner Stimme und meiner Band zufriedenzustellen. Ich habe mich dafür entschieden, weil ich auch durch meine Familie einen musikalischen Background habe. Ich habe mit Ceca-Raznatovic[11]-Liedern angefangen und möchte mich auch mit deutschen Liedern beschäftigen – mein Freund ist Österreicher –, damit das Ganze ein bisschen internationaler wird. Ich selber liebe Musik und ich hoffe, dass das, was ich mache, irgendwann groß wird und ich die richtigen Leute um mich habe, die mich unterstützen. Ich bin 23 und mache gerade beim österreichischen Bundesheer die Ausbildung zur Unteroffizierin. Musik ist mein Hobby, ich muss mich aber auch fit halten für meine UNO-Einsätze im Herbst, deshalb mache ich viel Sport.

Petra Popovic: Rainer, wie siehst Du das aus der Außenperspektive?

Rainer Krispel: Ich habe aus diesen Beiträgen jetzt herausgehört, dass es die Sehnsucht nach einer komplexeren, aussagekräftigeren Musik gibt. Dieser Diskurs existiert im westlichen Pop auch seit Jahrzehnten und ist auch durch mich hindurchgegangen. Ich war Punk und für uns Punks war die Disco der Feind. Das kann man sich heute nicht mehr so vorstellen, weil es viele Hybride gibt. Ich frage mich heute, ob es nicht besser gewesen wäre, anstelle mit schlecht gespielten Akkorden musikalische Formen neu zu erfinden oder vorzugeben, die Welt zu verbessern, einfach in die Disco zu gehen und dort Menschen kennen zu lernen und sich diesem Moment hinzugeben. Geht es beim Turbo Folk um kleine Fluchten mit Beicht- oder Sündenfunktion, wo man dann sein Spießerleben normal weiterlebt, oder geht es um eine Transzendenz, die so etwas haben kann, wenn man zu einer Musik voll abgeht? Ich bin auch begeisterter Seher der Fernsehsendung „Ex-Yu in Wien“. Ich verstehe leider nichts, weil ich die Sprache nicht kann, aber ich weiß, die

Menschen haben Freude. Und das ist meiner Meinung nach ein ebenso gültiger Moment wie ein komplexer, vielschichtiger Song.

Slavooy Zhizheq Jr.: Du musst es nicht verstehen. Früher hat man Disco auch nicht verstanden, aber man konnte dazu tanzen. Das ist vielleicht auch das, was die Jugend braucht. Die Jugend braucht einen Gegenentwurf zu dem Hochkulturellen und zu ihren Eltern. Es ist die Musik, die ihre Eltern hassen und deswegen ist es so etwas wie Rock 'n' Roll und Punk, zumindest was die Funktion betrifft. Jugendliche ziehen sich so an wie Turbo-Folk-SängerInnen und wollen Spaß haben. Die jungen Leute wollen tanzen, Sex, sich betrinken und das ist es. Und Turbo Folk gibt ihnen genau das. Das ist eine logische Entwicklung.

Petra Popovic: Also Du meinst, Rock 'n' Roll is dead und die Jugend rächt sich mit Turbo Folk an ihren Eltern.

Slavooy Zhizheq Jr.: Es ist die Schuld der Eltern, dass es dazu gekommen ist. In den 1990er Jahren konntest du in Serbien keine CD kaufen. Ich habe bis 1993 dort gelebt, und es gab nichts, nur Radio und Fernsehen mit Turbo Folk, Folk und immer weniger Rock 'n' Roll. Die heutige Jugend kennt die Musiker von damals nicht. Es ist eigentlich ein alter Konflikt, der in einer anderen Form lebt. Wenn es so einen Konflikt gibt, hat es die Gesellschaft verdient.

Petra Popovic: Wie viele Jugendliche hören Turbo Folk? Von welchen Zahlen sprechen wir?

Boban spricht von 95% in Wien.

Edin Bosnic: Das könnte stimmen, glaub ich. Aber ich wollte was anderes sagen, und zwar zu der Aussage, dass die Kinder aus Protest gegen die Eltern diesen Lifestyle konsumieren. Meiner Meinung nach stimmt das nicht. Ich habe Familien kennen gelernt, in denen die Eltern dasselbe gehört und es an die Kinder weitergeleitet haben. Auch Familien, in denen die Eltern dafür gesorgt haben, dass deren Kinder höhere Kriterien haben. Ich will nicht hochnäsig klingen, ich beurteile die Leute nicht. Ich möchte betonen, dass am Anfang des Krieges in Kroatien eine Gruppe an Rockmusikern in Belgrad ein Lied aufgenommen hat.[12] Es war ein Antikriegs-Projekt von Leuten, die sich nicht manipulieren lassen haben. Es wurde ihnen verboten, öffentlich aufzutreten. Sie haben dann einen LKW gemietet, sind damit durch die Stadt gefahren und haben gespielt. Leider ist daraus nichts Größeres geworden, wie alle solche Versuche wurde auch dieser marginalisiert.

Slavooy Zhizheq Jr.: „Rimtutituki“[13], das war ein Projekt, es gibt aber auch Leute aus dem Rock, Punk, New Wave, die Nationalisten geworden und in den Krieg gegangen sind. Oder sie haben sich dem Markt angepasst. Turbo Folk ist manipulativ und kommerziell, aber es ist die einzige Musikrichtung, die sich mit der Schwulenbewegung beschäftigt[14]. Die Leute, die in den 1980er Jahren Rockmusik gespielt haben, hassen Schwule und sind sehr konservativ. Einer der besten Musiker, Oliver Mandic[15], ist 1981 als Frau verkleidet im Fernsehen aufgetreten – danach wurde er Nationalist und ging in den Krieg.

Video von Bojan Jovanovski „Boki 13“[16] zu dem Lied „Otvori se“ wird gezeigt.

Boban Buligovic: Warum hören 95% unserer Jugendlichen Turbo Folk und lassen keinen Platz für Pop oder Rock bzw. „Starogradska muzika“[17]? Ich habe bis in die 1990er Jahre in Jugoslawien gelebt und alle Arten von Musik gespielt. Ich mag Popmusik, aber ich kann sie nicht in dieser Stadt spielen, weil ich kein Publikum dafür habe. Ich habe von Musik gelebt, Musik war meine größte Liebe. Aber nach all diesen Hits, die es letztes Jahr gab … Du musst als Musiker zehn Stunden am Tag zu Hause sitzen und üben, um im Trend zu sein und in Lokalen spielen zu können. Und das ist nicht die Musik, die dir selbst gefällt, sondern

jene, die den Jugendlichen gefällt. Die dritte Generation kennt leider nur Turbo Folk, sie haben keine Chance, die Musik zu hören, die wir damals in Jugoslawien gehört haben. Aber es ist unsere Schuld, dass wir ihnen die Musik nicht weitergeben.

Rainer Krispel: Ich weiß zum Beispiel, dass es in Wien diverse Sammler gibt, die bei „Jugo-Rock"[18] leuchtende Augen bekommen. In einigen Läden gibt es nach wie vor eigene Fächer dafür. Ich glaube, dass psychodelischer Rock aus Jugoslawien auch eine Szene in Wien hat. Ich selber kannte die Band „Pankrti"[19], die ich sehr geliebt habe. Die Nähe zwischen Wien und diesen Szenen war wohl früher größer. Mir kommt vor, dass das viel durchlässiger war. Bis jetzt wurde noch nicht darüber geredet, wie Turbo Folk junge Österreicher und Österreicherinnen erreicht und umgekehrt.

Petra Popovic: Warum spielt Ö3 keinen Turbo Folk, obwohl es Mainstream-Musik spielt?

Rainer Krispel: Ich wollte auch noch die Frage stellen, ob sich Turbo Folk tatsächlich über Plattenverkäufe finanziert. Ist das auch ein realer, existierender Musikmarkt? Verkaufen sie auch oder haben sie bezahlte Downloads? Major-Labels haben ihre Standorte in Österreich aufgelassen. Nur Universal Music hat sich gehalten, weil sie auch Western Balkans mitbetreuen. Hannes Eder, der Chef von Universal, hat etwas gesagt, das ich sehr interessant gefunden habe: Er meinte, dass er schon lange keine reinen Musikgeschäfte mehr gesehen hat wie in Ex-Jugoslawien. Das Konzert von U2 in Zagreb war das am schnellsten ausverkaufte U2-Konzert aller Zeiten, was für eine total intakte Musikbegeisterung spricht. Wenn dem so wäre, ist die Implikation dessen natürlich, dass KünstlerInnen von dort auch hier eine lokale Relevanz bekommen, weil es den Kulturkreis hier auch gibt. Und dann würde das auch in den Mainstream sickern, was ich sehr interessant fände. Es geht ja schon lange darum, dass marginalisierte Kulturen in der Mainstream-Wahrnehmung zumindest vorkommen. Wenn man einmal die Mainstream-Signale sieht, kann man vielleicht auch leichter zu den darunter liegenden Signalen vordringen. Dann wird die ganze Kultur greifbarer. Darum wäre es vielleicht wichtig, dass Ö3 auch Turbo Folk spielt.

Slavooy Zhizheq Jr.: Ich glaube, es gibt nirgendwo mehr illegale Downloads als in Serbien. Niemand kauft dort etwas, man kann alles gratis herunterladen. Das CD-Geschäft läuft so schlimm wie noch nie. Alle leben von „tezga"[20].

Edin Bosnic: Vor kurzem ist in Sarajevo eine Musiksendung, die progressivere Musikrichtungen gespielt hat, bankrottgegangen. Sie hat gar keine Unterstützung vom Staat bekommen. Die Schäden, die Turbo Folk als Mainstream heutzutage anrichtet, kann man nur minimieren, indem man „Normalität" herstellt. Es ist nicht zu erwarten, dass sich etwas zum Besseren bewegen wird, bis die Zuständigen nicht auch Geld für kleine Produktionen, die nicht unbedingt den Massen gefallen, aufbringen.

Publikumsbemerkung: Wenn man so hört, dass 95% der Ex-Yu-Jugendlichen Turbo Folk hören, dann ist es scheinbar total identitätsstiftend. Und wahrscheinlich genau deshalb, weil ihn FM4 oder Ö3 nicht spielen. Scheinbar ist es ein Mittel für die Jugendlichen, sich vom österreichischen Mainstream abzugrenzen.

Boban Buligovic: Die 95% waren auf die Diaspora bezogen, im ehemaligen Jugoslawien ist es weniger, da es viel Auswahl an anderen Musikrichtungen gibt. Es ist eher ein Diaspora-Phänomen – in Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien …

Edin Bosnic: Wenn man identitätsstiftend sagt, dann muss man sich fragen, von welcher Identität. Das ist das Problem. Durch die Turbo-Folk-Pest wurden die Interpreten von traditionstreuen Musikrichtungen zum Aufgeben gezwungen, weil sie davon nicht leben können. Die Identität der Völker geht ziemlich verloren.

Publikumsbemerkung: Die Szene verändert sich. Anscheinend hat sich dieser politische Turbo-Folk aus den 1990ern zum absolut nichtpolitischen entwickelt. Und wahrscheinlich kommt es bei den Jugendlichen, die in den Neunzigern geboren wurden oder aufgewachsen sind, genau deshalb so gut an, weil es so inhaltslos und nicht ernst ist und nichts mit dem Krieg zu tun hat. Es ist für mich aber auch erschreckend, weil es so inhaltsleer ist.

Publikumsbemerkung: Ich sehe das nicht als ein in irgendeiner Art und Weise jugoslawisches Phänomen, weil wenn ich MTV anschaue, z.B. R 'n' B, dann ist es genau das Gleiche.

Publikumsbemerkung: Während des Krieges hat sich die ganze urbane Szene, also Rock/Punk, dadurch hervorgetan, dass sie teilweise an den Frontlinien Konzerte für die jeweiligen Soldaten gegeben hat. Und Turbo Folk ist, obwohl es jetzt inhaltsleer und nicht wirklich mit R 'n' B zu vergleichen ist, doch ein Phänomen, das, wenn es zum Krieg kommt, wieder mit Inhalt gefüllt werden kann. Turbo Folk war für mich auch die Begleitmusik zum Bürgerkrieg, zu den Auseinandersetzungen. Aber seltsamer- und paradoxerweise haben die Turbo-Folk-Vertreter auch als erste erkannt, dass sie sich von ihrem eigenen Markt abschneiden, wenn sie nur für die serbischen oder nur für die kroatischen Nationalisten spielen. Also die Ersten, die draufgekommen sind, dass sie eigentlich in einem Gebilde existieren, das ein kultureller Raum ist, der über hundert Jahre konstruiert wurde, in dem die Leute einen ähnlichen Geschmack haben. Dadurch wird das auch austauschbar. Man hört dasselbe Lied, dieselbe Melodie genauso in Marokko wie am ganzen Balkan. Und ich glaube, dass ähnlich wie Punk über Amerika nach Großbritannien reimportiert wurde, so wird auch Turbo Folk reimportiert. Wenn Gastarbeiter auf Urlaub fahren, hören sie dieselbe Musik dort wie hier.[21] Und dass Turbo Folk hier so ein starkes Phänomen ist, hat sicher auch mit der Ausgegrenztheit der Migranten und der mangelnden Integration in Österreich zu tun. Wenn die österreichische Kultur so lustig wäre, dann hätte sie viel mehr Integrationskraft und würde die Leute mehr motivieren.

Edin Bosnic: Die Ausgegrenztheit liegt nicht an der österreichischen Kultur, sondern an der österreichischen Politik.

Auftritt von Sandra Brankovic mit den Liedern „To mi nije trebalo“ von Donna Ares[22] sowie „Djurjevdan“ von Bijelo Dugme[23]

Fußnoten:

[1] Der Musiker Antonije Pusic alias „Rambo Amadeus“ verwendete 1988 den Begriff „Turbo Folk“ als ironische Bezeichnung für die eigene Musik. Später wurde er von Turbo-Folk-VertreterInnen übernommen. Im Laufe der Zeit bekam der Begriff jedoch einen negativen Beigeschmack und ist heute fast ausschließlich als Fremdbezeichnung in Verwendung.

[2] Passage aus dem Lied „Turbo Folk“ von Rambo Amadeus (2005): „Folk je narod, turbo je sistem ubrizgavanja goriva pod pritiskom u cilindar motora sa unutrasnjim sagorijevanjem. Turbo folk je gorenje naroda. Svako pospjesivanje tog sagorijevanja je turbo folk. Razbuktavanje najnizih strasti kod homosapiensa.“ (Direkte Übersetzung: „Folk ist das Volk, Turbo ist das System der Treibstoffinjektion unter Druck in den Motorzylinder mit innerer Verbrennung . Turbo Folk ist die Verbrennung des Volkes. Jedes Antreiben dieses Verbrennungsvorgangs ist Turbo Folk. Das Aufflammen niederer Gelüste des Homosapiens.“)

[3] Die Rock 'n' Roll- oder Rockmusik genoss im ehemaligen Jugoslawien einen besonderen Stellenwert. Im Unterschied zu anderen sozialistischen Ländern stand Jugoslawien der westlichen Musikszene offen gegenüber, wodurch die eigene Musikproduktion beeinflusst wurde. Die 1970er und 1980er Jahre werden als die stärkste Zeit der Rock-Szene angesehen, in welcher zahlreiche bedeutende MusikerInnen und Bands tätig waren, die auch außerhalb der Grenzen des damaligen Jugoslawiens Popularität genossen.

[4] Als „novokomponovana narodna muzika“ (direkte Übersetzung: neukomponierte Volksmusik) wird die erste Phase – Ende der 1970er sowie 1980er Jahre – der Verbindung traditioneller Volksmusik mit Pop bezeichnet. Dieser Begriff wird manchmal auch als „weltneutrale“ Bezeichnung für Turbo Folk verwendet.
[5] Der jugoslawische Präsident Josip Broz Tito starb 1980.

[6] Die Videos der kontroversen Turbo-Folk-Diva Jelena Karleusa fallen insbesondere durch viel nackte Haut auf. Sie singt Lieder mit Reimen wie „napravi mi sina pod svetlima kasina“ (direkte Übersetzung: Mach mir einen Sohn unter den Lichtern des Casinos), ist aber auch eine der wenigen serbischen „Celebrities“, die sich intensiv für Frauen- und Homosexuellenrechte einsetzen.

[7] Das Lied „Mile voli disko“ (1982) der wahrscheinlich populärsten Pop/Folk-Sängerin Jugoslawiens der 1980er Jahre, Fahreta Jahic alias „Lepa Brena“ (direkte Übersetzung: die schöne Brena), kann als die Einleitung in Turbo Folk gesehen werden.

[8] „Mile voli disko a ja kolo sumadijsko, da budemo blisko, harmonikas svira disko“ heißt so viel wie „Mile mag Disco und ich mag den Reigentanz der Sumadija, damit wir uns nahe sind, spielt der Harmonika-Spieler Disco“.

[9] Goran Bregovic, Mitbegründer der populären Band „Bijelo Dugme“, ist durch seine Kompositionen für die Filme von Emir Kusturica auch außerhalb der Grenzen des damaligen Jugoslawiens bekannt geworden. Diese Soundtracks gelten auch als Grundstein der internationalen Popularisierung der sogenannten „Balkanmusik“.

[10] Vlatko Stefanovski ist ein makedonischer Musiker und ehemaliger Gitarrist der Band „Leb i sol“. Sein jetziger Stil wird als Ethno-Rock oder Jazz Fusion beschrieben.

[11] Die Sängerin Svetlana „Ceca“ Raznatovic, auch „Ceca nacionale“ genannt, gilt als der Inbegriff des Turbo Folks. 1992 nahm sie mit dem Schauspieler und Sänger Rade Serbedzija zwar das Antikriegs-Lied „Necu protiv druga svog“ (direkte Übersetzung: „Ich will nicht gegen meinen Freund“) auf, heiratete jedoch 1995 den serbischen Paramilitär-Anführer Zeljko Raznatovic „Arkan“ und lieferte seitdem „den Soundtrack zum Balkankrieg“.

[12] Mitglieder der Belgrader Bands „Ekatarina Velika“, „Partibrejkersi“ und „Elektricni Orgazam“ schlossen sich unter dem Namen „Rimtutituki“ zusammen, um mit ihrer Musik gegen den Krieg zu protestieren. 1992 nahmen sie die Antikriegs-Single „Slusaj ’vamo“ (direkte Übersetzung: „Hör’ her“) auf.

[13] siehe Fußnote 12 / vorherige Fußnote

[14] Interessanterweise setzen sich einige Turbo-Folk-Stars öffentlich für die Rechte von Homosexuellen ein, was in Serbien keine Selbstverständlichkeit ist. Die Turbo-Folk-Sängerin Jelena Karleusa wurde von der serbischen Zeitschrift „Gay Echo“ zur Gay-Ikone des Jahres 2010 gewählt.

[15] Oliver Mandic war in den 1980er Jahren einer der bedeutendsten Musiker der jugoslawischen New-Wave-Bewegung. 1991 ist er der Serbischen Freiwilligengarde beigetreten. In den 1990er Jahren schrieb er die Musik für unterschiedliche Turbo-Folk-Stars, darunter auch Ceca Raznatovic.

[16] Der populäre makedonische Turbo-Folk-Sänger Bojan Jovanovski alias „Boki 13“ kokettiert in seinem Auftreten deutlich mit der Travestie.

[17] Als „Starogradska muzika“ (direkte Übersetzug: „alte Stadtmusik“) wird die serbische und makedonische urbane Volksmusik bezeichnet (vergleichbar mit Wienerlied).

[18] Als Jugo Rock, Yu-Rock oder Ex-Yu-Rock wird die alternative Musikszene des ehemaligen Jugoslawiens bezeichnet (siehe auch Fußnote 3).

[19] „Pankrti“ ist eine Punk-Band aus Ljubljana, die in den späten 1970ern und in den 1980ern aktiv war.

[20] Serbisch umgangssprachlich für Live-Auftritt.

[21] Turbo Folk genießt in der Diaspora prozentuell eine größere Popularität als in seinen Entstehungsländern. Nicht wenige der Turbo-Folk-Stars haben die Anfänge ihrer Karriere im Ausland verbracht und haben durch Auftritte in GastarbeiterInnenclubs Erfahrung gesammelt.

[22] Azra Kolakovic alias „Donna Ares“ ist eine bekannte bosnische Turbo-Folk-Sängerin.

[23] „Djurdjevdan“ wurde von den Anwesenden anschließend als neu interpretiertes Volkslied der Roma (ursprünglich „Ederlezi“) und kein Turbo-Folk-Lied definiert.

CURRICULUM VITAE

IVONA ĐERMANOVIĆ

Geboren am: 12.07.1981 in Mostar (BiH)

E-Mail: ivonadjermanovic@hotmail.com

Berufliche Erfahrung

Laufend — Unterstützung und Betreuung bei Erstellung von Business Plänen sowie diversen wissenschaftlichen Arbeiten (auf selbständiger Basis)

Seit 01/2011 — *T-STRIPE GmbH*, Wien (Anbieter von Fensterheizung gegen Kondenswasser)
- Operative und administrative Unterstützung der GF
- Kundenbetreuung
- Mitarbeit und Unterstützung bei Marketingaktivitäten, u. a. Erstellung und Betreuung der Firmen-Newsletter

09/2010 – 01/2011 — *Maierhofer GmbH*, Linz/Wien (Objektwerbung & Leuchtdesign)
- Betreuung des Schauraums und Kundenbetreuung

01/2010 – 09/2010 — *Montron GmbH,* Vösendorf (Montagepartner für Industrie & Gewerbe)
- Operative Unterstützung der GF
- Projektmitarbeit: u. a. bei Optimierung organisatorischer Unternehmensabläufe
- Personalrekrutierung: Zusammenarbeit mit Unternehmen der Arbeitnehmerüberlassung vorwiegend in Tschechien, Erstellen von Anzeigen und Veröffentlichung in tschechischen und slowakischen Medien, Bewerbermanagement, Organisation und Führung von Vorstellungsgesprächen in deutscher, tschechischer und slowakischer Sprache
- Übersetzungsarbeiten v. a. tschechisch-deutsch und slowakisch-deutsch
- Neugestaltung und Betreuung der Unternehmenshomepage

07/2009 – 12/2009 — *Euro Finanz Service AG*, Wien (Unabhängiger Finanzberater)
- Durchführung von Wirtschafts- bzw. Finanzanalysen bei Kunden
- Kundenbetreuung und –beratung

06/2007 – 07/2009 — *Arganpur GmbH*, Vösendorf/Dortmund (Produzent und Händler vom hochwertigen marokkanischen Arganöl)
- Umfassende Unterstützung beim Aufbau des Start-Up-Unternehmens
- Verfassen des Business Plans
- Diverse Marketingtätigkeiten: u. a. Mitarbeit bei der Entwicklung der Produktverpackungen, Erstellung des Informationsmaterials (Folder, Prospekte, Flipcharts, Schulungsunterlagen für Partner) in deutscher, englischer, kroatischer und serbischer Sprache
- Erstellung der Markt- und Konkurrenzanalyse und dessen Beobachtung
- Design und Gestaltung der Unternehmenshomepage

- Kundenbetreuung
- Mitarbeit bei Messen und Verkostungen

05/2005 – 11/2005 *Czap & Zieger*, Wien (Finanzierungsvermittlungs- & Vertriebsgesellschaft)
- Mitarbeit im Callcenter (Outbound-Bereich)
- Kundenakquisition und –betreuung

03/2002 – 09/2002 *Maxim Handels GmbH*, Wien (Immobilien, Versicherungen, Kreditvermittlung)
- Administrative und organisatorische Unterstützung der GF

Ausbildung

WS 2002 – SS 2011 Diplomstudium an der Wirtschaftsuniversität Wien (Studienrichtung BWL)
- Spezialisierungen: Handel und Marketing / Entrepreneurship & Innovation

1999 bis 2002 Aufbaulehrgang der Handelsakademie an der Vienna Business School
HAK Matura mit ausgezeichnetem Abschluss (Jahrgangsbeste)
- Projektarbeitsthema: *„Qualitative Marktforschung und Analyse der deutschen Homepage der Firma Hestag sowie Vorschläge zur Kommunikationspolitik und Homepagegestaltung“*

1996 bis 1999 Handelsschule Baden
1994 bis 1996 Hauptschule Traiskirchen (AUT)
1991 bis 1994 Volksschule und Hauptschule Lužice (CZE)
1987 bis 1991 Volksschule Mostar (BiH)

Sonstiges

Sprachkenntnisse:
- BKS/Bosnisch-Kroatisch-Serbisch (Muttersprache)
- Deutsch (ausgezeichnet in Wort und Schrift)
- Tschechisch (ausgezeichnet in Wort und Schrift)
- Englisch (sehr gut in Wort und Schrift)
- Italienisch (Maturaniveau in Wort und Schrift)
- Slowakisch, Russisch (Grundkenntnisse & Verständigungsmöglichkeit in Wort und Schrift)

Sonstiges:
- Best Presentation Award 2006/07 bei der Semesterabschluss-veranstaltung des Instituts für Entrepreneurship und Innovation (WU Wien) für die Projekt-Präsentation „Lead-User-Projekt mit der Ottakringer Brauerei AG: Innovative Lösungen für die Bierdose“
- Teilnahme am Mentoringprogramm bei E&I zur Unterstützung eines weiteren Lead-User-Projektes